厨房

働く環境、地球の環境、
経営の環境、教育の環境、
厨房を環境から考える。

2
FEB.
2012
No.512

第49巻 第2号NO・512
平成24年2月5日発行
（毎月1回5日発行）
ISSN 0387-642X

management
work
earth
education

HCJ2012
第12回厨房設備機器展
開催概要

第33回
厨房設備通信教育受講者募集のご案内

2012年新春賀詞交歓会

2011年版「業務用厨房機器に関する実態調査」

社団法人 日本厨房工業会
http://www.jfea.or.jp

この道ひと筋40年、蓄積した技術のすべてを結集！

世界に誇るアンダーカウンター洗浄機

世界初の外ばねドア

本機のドア開閉機構は従来のドアストッパーとはまったく異なる独創的なもので、ドア開放時の衝撃をばねとローラーで吸収するとともに、洗浄ドアの前面外側に装着することで万全の耐久性とメンテナンス性を持っています。

前面からのフルメンテナンス性を確立

アンダーカウンター機は両側面に他の厨房機器が隙間なく密着して設置されるこが多く、修理・点検時に機械を前方へ引き出すことは困難です。本機ではたとえ主ポンプの交換といえどもすべての修理・点検サービスを前面から可能としました。

35%の省エネ、スクエアスプレーすすぎ

５０cmの角形ラックの内側食器にのみ、すすぎ湯を４角のパターンでスプレーする４個のバルブのついた４本アームのスクエアスプレーすすぎ〈世界特許取得〉で実現した2.2ℓすすぎ方式（ＳＤ５３形）を搭載。

ハイパワーダイレクトマウントポンプ搭載

洗浄槽内壁に一体化された角形ハウジングポンプは槽内部から掃除することもでき、吸込・吐出配管のない独創構造、ハイパワー１馬力ポンプとトリプルアームノズル（ＳＤ５３形）とのコンビでバランスのとれた洗浄力を発揮します。〈特許出願中〉

洗浄室開口36cm

SD 51形（100V）SD 53形（200V）60cm幅×60cm奥行×85cm全高

省エネ・節水サニジェット食器洗浄機フルライン完成！

スープストックサーバー

18ℓ×３本のスープを湯煎保温、3個のどんぶりウォーマーつき本体内部に36ℓ 95℃の熱湯を貯え、ポンプアップで瞬時にスープ作り。

CST 63形

卓上型冷凍麺解凍調理機

４リフト式／２リフト式

4食25秒

- 角かごに冷凍麺を投入しスタート釦を押すと96℃熱湯槽にリフトダウン、同時に下から熱湯噴流を受けて25秒（ラーメン・パスタ）、または40秒（うどん）で解凍調理後リフトアップ。
- スチーム式に比べ軟水器など不要、熱湯式と比べ湯気上がりがなく電気代半減の自動給水式。

UM 241形

全19機種の自動ゆで麺機発売中

ガス式／電気式／無沸騰噴流式／沸騰式／6テボ式／3テボ式右用／3テボ式左用／4テボ式／スパゲティ用／ラーメン用／うどん大かご式など試用テストを受付中

UM 721 G形　UML 521 G形

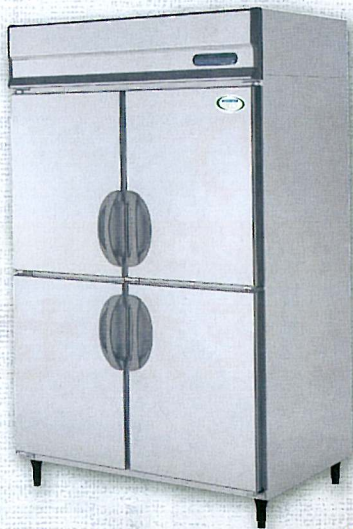
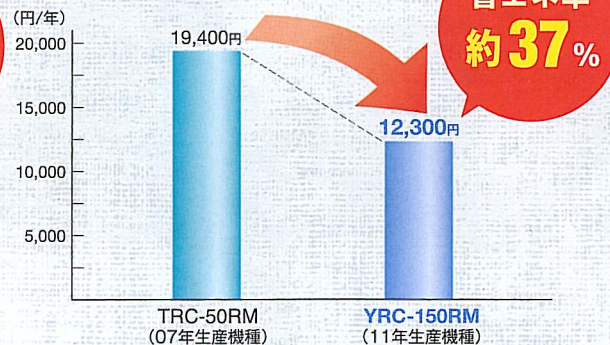
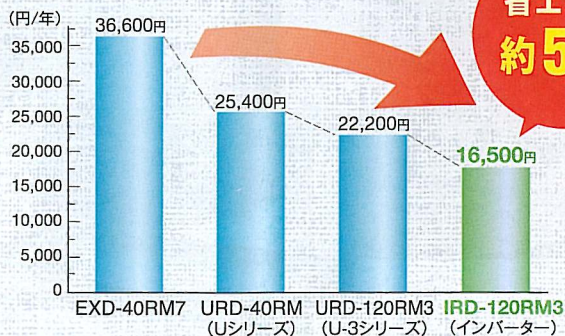
自動化フードサービス機器の専門メーカー
日本洗浄機株式会社
www.n-sen.com
本社ショールームで試用テストをお引受けしております。お気軽にお申しつけください。

本社	東京都大田区鵜の木2-43-14	☎03(3750)4451
大阪支店	大阪市城東区永田4-2-7	☎06(6965)9600
名古屋営業所	名古屋市名東区猪高台1-1324	☎052(772)7255
仙台営業所	仙台市太白区泉崎1-19-1	☎022(243)4660
新潟営業所	新潟市東区牡丹山4-8-3	☎025(273)2331
福岡営業所	福岡県大野城市大城5-21-24	☎092(513)9622

Fukushima フレッシュ・バリューをあなたとともに

フクシマは進化し続ける省エネ機器をご提案致します。

業務用冷凍冷蔵庫の省エネシリーズ

インバーター制御 タテ型IR-3シリーズ

フルモデルチェンジ ヨコ型Yシリーズ

汚れが付きにくいクリアコーティング加工を採用
扉は、汚れが付きにくく、拭き取り易いクリアコーティング加工をしています。

新構造のセンターフリータイプ
縦桟パッキンを袋形状に構造変更し、耐久性・省エネ性向上。

庫内ファンはDCファンモーターを採用(ヨコ型Yシリーズは凝縮器ファンもDCファンモーター)

扉スロート構造による省エネ性向上

引き出し式のフィルターで清掃簡単(ヨコ型Yシリーズ)

窓枠ヒーターの最適制御(ヨコ型Yシリーズ)

庫内灯は人感センサー付LED照明採用(ヨコ型Yシリーズ)

Fukushima 福島工業株式会社

本　　社 〒555-0012 大阪市西淀川区御幣島3-16-11
東京事業所 〒111-0052 東京都台東区柳橋2-17-4
名古屋事業所 〒453-0856 愛知県名古屋市中村区並木2-265
福岡事業所 〒812-0016 福岡県福岡市博多区博多駅南6-2-27

URL http://www.fukusima.co.jp

支　店／札幌・東北(仙台)・関東(さいたま)・信越(新潟)・西関東(立川)・横浜・北陸(富山)・京都・神戸・岡山・広島・四国(高松)・西九州(長崎)・南九州(熊本)・沖縄
営業所／旭川・秋田・郡山・山形・盛岡・青森・高崎・宇都宮・千葉・水戸・長野・松本・甲府・小田原・相模原・静岡・沼津・浜松・岐阜・高山・三重・豊橋・金沢・福井・滋賀・姫路・北近畿・難波・北大阪・南大阪・奈良・和歌山・岡山工場・松江・鳥取・山口・福山・松山・高知・徳島・北九州・大分・佐世保・佐賀・宮崎・鹿児島・石垣
海　外／香港・上海・韓国・シンガポール・台湾・北京

ISO 9001:2008 認証取得 岡山工場 滋賀工場
ISO 14001:2004 認証取得 本社・東京 名古屋・福岡 滋賀工場・岡山工場

■お問い合わせは　本社・営業企画部　TEL.06-6477-2031/FAX.06-6477-0025

煮る ゆでる 炒める

電気回転釜

温度コントロールは釜の底部と上部の2系統で料理に合わせた細やかな調節が可能。釜底は半球形状のため撹拌作業や清掃が楽にできます。

[モデル] ERK-50/80/100/150/200/300

煮る ゆでる 炒める

電気ティルティングブレージングパン

一台で多種類の調理ができる機能的な調理機器。ブレージングパンの底面はクラッド鋼板の使用でムラの少ない均一加熱ができます。

[モデル] ENTP-35/75/100

ERK-150
1450×924×945mm
釜容量150ℓ
3φ200V 21.1kW

ENTP-100
1325×965×850mm
容量100ℓ
3φ200V 12.0kW

電化厨房の

安全・快適・ハイパワー・安心メンテナンス

大量調理はおまかせ

ERB-125
1300×840×945mm
容量125ℓ
3φ200V 18.0kW

NSK-75H
1150×870×980mm
容量75ℓ
3φ200V 15.0kW

煮る ゆでる 炒める

電気丸型ブレージングパン

丸型のブレージングパンのため、調理時の撹拌などの作業が容易。鍋が丸型のため、清掃がしやすく衛生的です。

[モデル] ERB-90/125/160

煮る ゆでる 炒める

電気スープケトル

二重構造の釜底、加圧された高温の蒸気でスピーディーに煮込みます。煮込みによる食品の形くずれ、焦げつきがありません。

[モデル] NSK-20H/40H/75H/115H/150H
※NSK-150Hは小型圧力容器となります。

ニチワ電機株式会社 URL http://www.nichiwadenki.co.jp/

ニチワの電気厨房機
ISO 9001 認証取得

本　社／〒669-1339 兵庫県三田市テクノパーク12-5 ☎(079)568-0581(代)
大阪支店／〒532-0025 大阪府大阪市淀川区新北野1-14-2 ☎(06)6838-5001(代)
東京支店／〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町10-2 ☎(03)5645-2691(代)
名古屋支店／〒465-0054 愛知県名古屋市名東区高針台1-701 ☎(052)701-9851(代)

札幌営業所 ☎(011)856-7091(代)　盛岡営業所 ☎(019)646-9851(代)　仙台営業所 ☎(022)717-3191(代)　千葉営業所 ☎(043)290-1231(代)
新潟営業所 ☎(025)281-6181(代)　金沢営業所 ☎(076)249-7521(代)　長野営業所 ☎(0263)48-2891(代)　静岡営業所 ☎(054)254-0801(代)
岡山営業所 ☎(086)246-3151(代)　広島営業所 ☎(082)229-3391(代)　高松営業所 ☎(087)861-2531(代)　松山営業所 ☎(089)935-7341(代)
福岡営業所 ☎(092)621-9001(代)　熊本営業所 ☎(096)378-8661(代)　鹿児島営業所 ☎(099)258-4721(代)

■ テストキッチン&ショールーム完備 ■ 東京支店・大阪支店・名古屋支店・札幌営業所・盛岡営業所・仙台営業所・千葉営業所・金沢営業所・広島営業所・福岡営業所・鹿児島営業所

仕様は品質向上のため予告なしに変更することがあります。

NAKANISHI

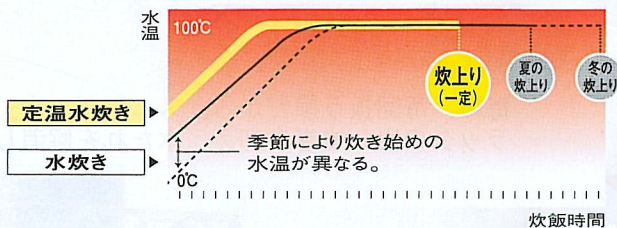
地球にも美味しいごはんを食べさせたい

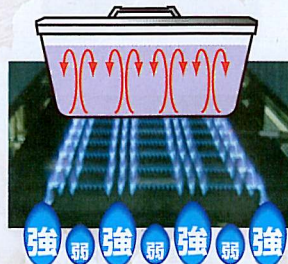
数百万年にもわたり私たち人類を育んできてくれた地球。
その地球に恩返しの気持ちを込め“人にも環境にもやさしい
製品づくり”をナカニシは目指します。
製造工程においてもお使いいただく際にも最大限の省エネ化を実現しながら、
どうすれば地球温暖化に歯止めをかける事が出来るのかを真剣に考えています。
「人にも地球にも美味しいご飯を食べさせたい」
これがわたしたちナカニシの願いです。

電気式半自動炊飯システム

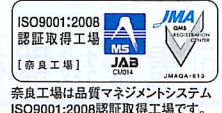
ガス連続炊飯機
CRC2型

四季を通じて美味しく省エネ

定温水炊き／水炊きと定温水炊きの水温と仕上り時間

常に一定の温度に加熱した温水で炊飯する定温水炊きは、
四季を通じて同じ時間で、安定した良質のご飯を炊き上げます。

対流コントロール／連続炊飯機の加熱プロセス

活発な対流で釜内温度が均一！

ガス式も、電気式も加熱に強弱をつけることで活発な対流を促し、釜内の温度が均一化されます。余計な加熱をなくした省エネ機構です。

株式会社 中西製作所
■本社：大阪市生野区巽南五丁目4番14号　〒544-0015
■TEL：大代表（06）6791-1111　FAX：（06）6793-5151

奈良工場は品質マネジメントシステム
ISO9001:2008認証取得工場です。

中西製作所　検索
click
click

SMARTwasher
YOKOGAWA ◆

アンダーカウンタータイプ業務用食器洗浄機

SMART AU70

最高の洗浄力
使いやすさ
安心・安全・衛生を追求
コンパクトボディーの決定版

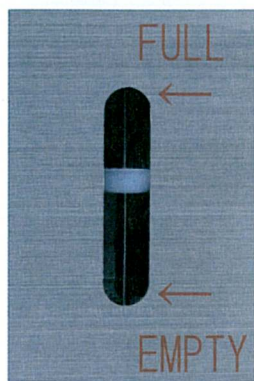
◆ 大きな開口

従来機開口寸法を大きく上回る、
扉開口寸法３６０mm。
今までのアンダーカウンタータイプでは、
洗えなかった大皿やトレー、
ちょっとした調理器具も洗えます。

◆ 安全で使いやすく

洗浄時間切替と温度表示を標準装備。
洗浄湯温・すすぎ湯温をいつでも確認できます。
汚れに合わせて洗浄時間を選択できます。
短（40秒）、標準（75秒）、長（90秒）
※AC100V仕様にはすすぎ湯温度表示は付きません。

◆ 一目でわかる洗剤量

洗剤の残量表示機能を設けました。
洗剤は純正液体洗剤（スマートクリーンC100）。
専用ボトルで、補充も簡単にできます。

洗剤補充口

洗剤専用ボトル

注意！洗剤を扱うときにはゴム手袋の着用を。
製品の取扱説明書をご確認いただき正しくお使いください。

◆ 抜群の洗浄力

当社ドアタイプ洗浄機の洗浄性能をそのまま継承。
コンパクトなボディながら最高の洗浄力を実現しました。

◆ 丈夫で長持ち

毎日、毎回扱う扉だから、スムーズで丈夫なものに。
ラックの出しすぎを抑え、水たれを解消しました。

横河電子機器株式会社

http://www.yokogawa.com/jp-ydk/kf/chubo/index.htm

お問い合わせ先
第4営業部　販売推進グループ　03-3225-5337

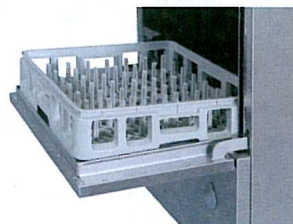
営業所
北海道・仙台・東京・神奈川・名古屋・大阪・福岡

TACHIBANA

安全も万全

PS LPG

LPガス機器用

PS TG

都市ガス機器用

コンロのタチバナだから。

TSマークのガスコンロは、JIA認証を始めとする安全基準をクリアした高品質の業務用ガス機器です。またPS認定を受け、地球環境にもやさしく、機能性・安全性に優れた数々の製品をお届けしています。
これからも「技術のタチバナ」をご利用ください。

TSマークのガスコンロ、ガス器具製造販売
株式会社 タチバナ製作所
〒511-0212 三重県いなべ市員弁町平古262
TEL(0594)74-5080㈹FAX(0594)74-5078

URL:http://www.e-tachibana.co.jp
E-mail:info@e-tachibana.co.jp

カタログご希望の方
お気軽にご請求ください。

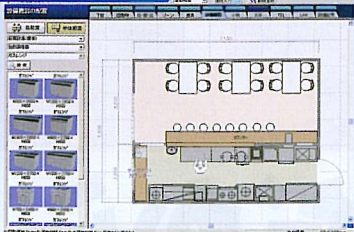
MEGASOFT®

このCGパースは厨房プランナーのパースを「Optimage」で高画質レンダリング処理したものです

新機能
クイックパーツ作成
を追加しました!
シンクや作業台といった板金物パーツを簡単な操作で作成できます。

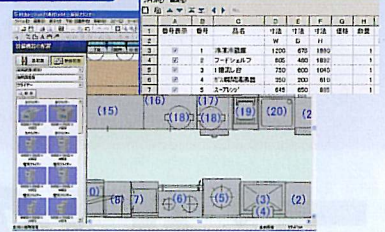
パソコンソフトで厨房プランの提案に革命!

ノートパソコンでプレゼン、顧客の興味を惹きつける図面をラクラク作成。
平面図 → 3Dパース図 → 機器明細表 の作成時間を大幅に短縮します。

平面レイアウト図

豊富に収録された機器から選んで配置するだけ。寸法調整や仕様の書き込みも可能で、寸法違いや板金ものも配置OK。二次元CADとの連係も可能です。

3Dパース図

あらゆる角度からレイアウトを確認。パース図を他のソフトへ貼り付けることができます。また、複数の動線を図面上に描いて、ウォークスルームービーの作成・保存も可能です。

機器明細表

レイアウト完了→即、拾い出し作業&機器明細表の作成。明細表はエクセルに貼り付けることも可能。エネルギー容量などの確認を即座にできる集計機能も搭載しています。

3Dレイアウトプランナーシリーズ 業務用厨房設備レイアウトソフト

厨房プランナー [+クイックパーツ作成]

「クイックパーツ作成」は、オリジナルのシンク・作業台が簡単に作成できる機能です。

Windows 7/Vista/XP/2000 対応 標準価格 **155,400円** (本体価格148,000円)

■製品説明をご希望の方へ

大阪本社(江坂)・東京事務所(飯田橋)にて随時製品説明会を行っています(要事前申込)。訪問しての製品説明をご希望の場合はお電話にてお問い合わせください。

■厨房機器メーカー様へ

本ソフトで使用できる設備・機器の三次元パーツの作成を承ります。専用パーツ集の作成やホームページでの配布が可能になります。
(パーツを自社内で作成できるツールもご用意しております)

【誰でも】【簡単に】【短時間で】
高画質3Dパースの作成が可能に!

インターネットレンダリングソフト [オプティマージュ]

Optimage

インターネットレンダリングオプション「Optimage」との連係により、「厨房プランナー」で作成したパースを、光源設定などの手間をかけずに短時間で高画質なレンダリング画像に加工できます。

オプション 標準価格 31,500円(税込)

使いやすさと信頼性
メガソフト株式会社
〒564-0053 大阪府吹田市江の木町1-38 西谷東急ビル

●詳しい資料のご請求や説明会などに関するお問い合わせは
06-6386-2072

●製品情報や体験版のご請求は
www.megasoft.co.jp

おかげさまで発売10周年！

納入実績※ No.1

写真はCSK-300

釜の側面や縁に触れても
やけどの心配なし

電気モールドヒーター式
焦げ難い均一加熱

火を使わなく排熱わずか
衛生的な快適厨房

電気クッキングケトル CSKシリーズ
CSK-50／80／100／150／200／300

煮物・炒め物・ボイル等マルチにこなす電気回転釜。
茹で麺・おひたしなど強力沸騰調理にも最適です。

大量調理の電化厨房向けSANWA大型加熱機器シリーズ

電気ブレイジングパン BSK-12

電気万能煮炊き釜 USK-850

電気スープケトル SSK-75

電化厨房の未来をクリエイトする
三和厨理工業株式会社
SANWA CHURI INDUSTRY CO.,LTD.

本社工場 〒424-0037 静岡市清水区袖師町 737 番地
Phone：054-364-7178（代） Facsimile：054-364-3140
www.sanwachuri.co.jp

※ステンレス製電気回転釜において（当社調べ）

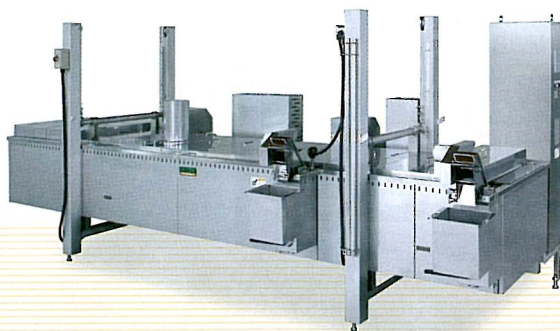
HI-COOK is GOOD-1 Partner

日本食の美味しさを世界へ

食べる人に安心を、使う人に安全を、
周りの人に安穏を。

優れた熱効率

DBC-B型

HI-COOK FRYER DBC

ブラスト燃焼方式フライヤー

- 省エネルギー＆CO_2削減
- 油の品質向上・廃油量削減
- 簡単に操作できるデジタル式タッチパネル
- コンベヤー内部の洗浄・点検補修も簡単
- 作業環境の改善

www.hicook.com

カタログや価格・機能などのお問い合わせは

本社・工場	076-275-8159
東京営業所	03-3482-2245
大阪営業所	072-833-1178
福岡営業所	092-574-1802

HI-COOK is GOOD-1 Partner
―美味しさ開発創造集団―

ozaki

昭和４年創業の伝統と新しい技術
ガス専門の業務用厨房機器メーカー

オザキガス厨房機器389機種●業務用

ガスレンジ	急速解凍めんあげ釜
コンベクションスチームオーブン	排熱利用給湯システム
コンベクションオーブン	湯煎機
炊飯レンジ	はがまレンジ
オーブン	チャーブロイラー
グリル	ハースグリラー
ホットプレート	豆腐フライヤー
フライトップ	フライヤー
ヒートトップ	コーヒーサイフォンテーブル
台付コンロ	コーヒードリップテーブル
低輻射型ガス台付コンロ	ハンバーガーレンジ
キャビネット付	ピザオーブン
ローレンジ	サラマンダー
テーブルコンロ	ティルティングパン
中華レンジ	ペキンダックブロイラー
めんゆで機	災害対策用スーパーかまど
そばかまど	レジャー用スーパーかまど
ふりかご付めんゆで機	特別ご注文品

ガスの火は生きている
生き生きとした
ガスの火だから料理がうまい

私たちはガスが好きだ

東京ガス株式会社指定
オザキ株式会社

業務用ガスレンジ・ガス機器・厨房機器・厨房設備 ― 各種製造販売　創業1929

本社	〒130-0025	東京都墨田区千歳1-3-7	☎(03)3633-1291(代表)	FAX(03)3632-1291
名古屋営業所	〒468-0011	名古屋市天白区平針2-804	☎(052)802-8861(代表)	FAX(052)802-8883
大阪営業所	〒533-0013	大阪市東淀川区豊里4-15-9	☎(06)6321-1205(代表)	FAX(06)6321-0699
福岡営業所	〒812-0014	福岡市博多区比恵町3-23 (スタジオYビル)	☎(092)474-0801(代表)	FAX(092)474-0805

業務用ガス厨房機器 約100機種を展示、
機器の点火・料理実演ができます。
ぜひ、本社ショールームをご活用下さい！

http://www.ozaki-gasrange.co.jp

今までこんな凄いのはなかった！ マイナス電位の威力！

交流電磁界マイナス電位による酸化油還元装置

OIL-Watcher オイル・ウォッチャー

食用油は加熱や空気（酸素）と水に触れることによって酸化（プラス帯電化）してしまいます。オイル・ウォッチャーは還元電位を変動電磁場発生ユニットから広域に発信し、マイナス電位を失った油にマイナス電位を与えることにより、油の酸化を抑制防止する還元装置です。

■ 油の酸化防止（酸化させない）効果
- 新油からスタートの場合、酸化防止効果によりAV価の上昇を1.0前後に維持します。
- 油の寿命が、標準・平均的で約**20日～30日間**持続します。

（当社測定）注）揚げ物・油等の種類により若干AV価が変わることがあります。

■ フライの油吸込みを抑制 / 炭化物等の付着抑制効果
- カラッと揚がる / 油切れが良い / 揚げムラがなくなる。
- 炭化物の付着を抑制し、色調変化を抑えます。

■ 油の温度を低く抑えられます。揚げ物の時間短縮
- 油温度を**約10℃**下げることが出来ます。（光熱費 /CO_2 削減）
- 衣の水分を油中に分散、蒸発させることにより、フライはベトベト感がなくなり、カリカリ感がして美味しくなります。

■ 汚れが付かなくなり、毎日の清掃が楽に！
- 油槽内や油槽周辺に汚れ付着がなくなり、きれいになります。
- 金属面にこびりついた、しつこい汚れも簡単にきれいになります。

製造元　エスケーエイ株式会社　TEL.03-3846-3901　詳しくは ›››› http://www.ska.co.jp

厨房設備工学入門 第5版

2011年 改訂新版

厨房工学監修委員会 監修
厨房設備工学入門 第5版
—関連設備—
工業会

厨房工学監修委員会 監修
厨房設備工学入門 第5版
—厨房設計—
[厨房機器と厨房計画・設計・施工]
社団法人　日本厨房工業会

■A4判・［厨房設計編］［関連設備編］（2冊セット）

■価格:7,800円（税込）、会員価格:6,200円（税込）

厨房設備の設計と施工には、厨房機器や図面の描き方以外にも、さまざまな知識が要求されます。本書は厨房設備と機器、ガス・電気・排水・防災の知識、設計の段取り、施工の注意点など、多岐にわたる内容を収録。厨房業界のみならず、外食・中食産業など、厨房に携わるすべての方が必読の書籍です。

内　容

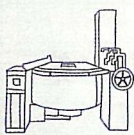
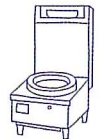
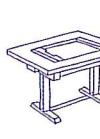
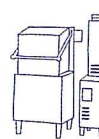
■［厨房設計編］

第1章　厨房の概念／第2章　厨房機器と材料／第3章　厨房機器の保守管理／第4章　厨房計画と設計要領／第5章　厨房設備の施工

■［関連設備編］

第1章　一般関連知識／第2章　関連設備／第3章　厨房施設などの保守管理／参考資料

最新・最強の厨房設計の為に。

エネルギー・フロンティア
TOKYO GAS
料理をつくる仕事は、
幸福をつくる仕事かもしれない。
おいしいものを食べる。
そして、心から満たされた気持ちになる。
考えてみれば、温かい湯気の立ちのぼる料理は、
人にとっていちばん身近な幸福かもしれません。
ただ、おいしい料理をつくりたい。
そんなプロの料理人のひたむきな想いに応えるために、
私たち東京ガスが出したひとつの答えが、
厨房機器「涼厨®」です。
火力や味に妥協することなく厨房を適温に保つことで、
快適な調理環境を実現。
また、空調負荷も軽減し、環境性はもちろん、
経済性にも優れた厨房ができました。
新しい発想から生まれた新しい厨房が今日も、
料理への情熱をお手伝いしています。
次のアイデアで、プロの料理人を支えたい。東京ガス
回転釜
立体炊飯器
フライヤ
ゆで麺機
台付コンロ(スープ用)
そばかまど
丸型炊飯器
ホットプレート
食器洗浄機
涼
涼しい厨房
商標「涼厨®」は、大阪ガス(株)の登録商標です。
快適
快適だから働きやすい。
経済的
涼しいから空調コストも低減。
安心
熱くないからヤケドの心配なし。
簡単
導入や入替え工事が簡単。
東京ガスの涼しい厨房「涼厨®」シリーズ
東京ガス株式会社 都市エネルギー事業部 〒105-8527 東京都港区海岸1-5-20 TEL.03-5400-7777 http://eee.tokyo-gas.co.jp/saitekichubo/equipment/cool/

Vol.49 No.512 2012.2 Since 1970

JAPAN FOOD SERVICE EQUIPMENT ASSOCIATION

CONTENTS

社団法人 日本厨房工業会

陶芸が語る四季の歌

陶俳画

春兆

【いなりずし】

いなりずし 頬張りあうも 四温の日

初午。といっても、今の若い層には、あまりピンと来ないのではないか。たとえ狐の座像？が添えてあっても、それだけでこの句が、初午を詠んだ句と思わせるのは、かなり無理だろう。いなりずしからお稲荷様（神社）に結び付ける人も、現状では既に少数派になってしまっていよう。

それに四温にしても、これだけではパソコンの辞書にも登録されていない。三寒四温と打ち込んで、初めて現れてくれるのだ。

だから〝四温〟だけで、寒さの中にも周期的に暖かな日が現れてくる春先。そう、ちょうど初午から二の午にかけての頃の時候、を思わせようというのは無理に違いない。

でも、その世界に親しんで育ってきた者には、春到来を実感させる晴天好日が、そうでなければならないようにイメージされる。

一つには、冬からの解放を祝うように鳴り響く太鼓や、お囃子に浮き立ってしまうからだろう。そして永く親しまれてきた童歌にもあるように、普通のお稲荷さんは横丁の奥などに、人家に紛れ込むように赤い鳥居を建てている。そんな身近さで近所の子供たちの格好の遊び場。待ちかねた暖かさに飛び出してきた子供たち。食べかけも口一杯に頬張って……。と連想が連想を呼んで湧いて来た句だけれど、暖房の普及・古い町並みを呑み込む巨大ビル・少子化やテレビゲームによる屋外生活の減少が、句の世界を遠いものにしている。頬張るお稲荷さんの味は……。

山の花

㈱白石製作所　吉田 義一

ご多分に漏れず、私も登山をします。某アウトドアー同好会（会員30名）に所属し14年になります。型から入ることにこだわり、装備一式を揃え、さあ出発。といっても、まったくの素人。某整形外科医院長を隊長に、何とか参加しました。1998年の手稲山を手始めに、天狗山や春香山で力をつけて、翌年いよいよ大雪山に挑戦となりました。それも縦走。前泊し、銀泉台から雪渓を渡り赤岳へ、白雲岳で昼食。ポーターの私は、バーナーで全員のお湯を沸かし重宝されました。食後は、緑岳へ向かい、あとは高原温泉にまっしぐら。いい湯だなー。ところが、隊長の趣味は高山植物の写真を撮ることで、隊員のわれわれも感染してしまい、たくさんの花の名をメモしました。

チシマアザミ・紫色、イワギキョウ・紫色、チシマギキョウ・紫色、ヨツバシオガマ・赤紫色、タカネシオガマ・赤紫色、キバナシオガマ・黄色、ホソバウルップソウ・薄紫色、ミヤマリンドウ・紫色、エゾオヤマリンドウ・紫色、リシリリンドウ・明るい紫色、ヨコヤマリンドウ・暗い紫色、ゴゼンタチバナ・薄桃色、シラタマノキ・白色、アオノツガザクラ・黄色、チシマツガザクラ・薄桃色、ナガバツガザクラ・白色、エゾノツガザクラ・赤紫色、イワヒゲ・薄桃色、イワウメ・白色、カラフトイソツツジ・白色、ヒメイソツツジ・白色、エゾタカネスミレ・黄色、ミヤマキンバイ・黄色、メアカンキンバイ・黄色、エゾノリュウキンカ・黄色、チョウノスケソウ・クリーム色、チングルマ・クリーム色、エゾイチゲ・白色、マイズルソウ・白色、ミヤマエンレイソウ・白色、ミネズオウ・赤紫色、コケモモ・薄桃色、クロマメノキ・赤桃色、エゾツツジ・紫色、エゾムラサキツツジ・紫色、カラフトゲンゲ・紫色、ハクサンチドリ・紫色、クロユリ・暗い紫色、コマクサ・薄桃色。花の色は花弁の色です。この他にもたくさんの花々がありますが、私のメモ帳ではこれが限界です。

このように、綺麗な花があると立ち止まり、写真を撮るという登山ですから、私でも参加することができます。最近は礼文島にも行き、有名なレブンアツモリソウ・クリーム色、レブンウスユキソウ・白色（別名エーデルワイス）など、稀少な花も撮ることができました。縄文杉の屋久島の宮之浦岳も縦走しましたが、秋のせいか、花はリンドウだけでした。同好会に参加するまではまったく登山に興味を感じなかったのですが、このありさま。毎年激変激動の中でひと時、新鮮な山の空気と、美しい花の話もいかがでしょうか。

平成24年経済産業大臣年頭所感

経済産業大臣
枝野　幸男

１.「攻め」の一年に向けて

新しい年を皆様と迎えられることを嬉しく思います。本年が、皆様にとって実り多い年となるよう祈念申し上げます。

昨年は東日本大震災、秋の数度の台風、そしてタイの大洪水など、自然災害の恐さを思い知る一年となりました。さらに、東京電力福島第一原子力発電所の事故により、福島県を始め広い地域に被害が及び、大変な御苦労をおかけしました。また、震災直後に計画停電を実施するなど、電力の需給も厳しい状態が続きました。私自身、内閣官房長官として、また、経済産業大臣としてこれらの事態に対処し、原子力発電所の安全確保の大切さ、エネルギーの安定的な供給の重要性を痛感いたしました。

こうした中、世界経済は不確実さを増し、欧州の経済危機と米国経済の低迷を前に、急激な円高が続いています。ドーハ開発ラウンドが停滞する一方で、二国間や地域内の経済連携や自由貿易協定が拡大しています。さらに国内では、少子化・高齢化の影響がいよいよ顕在化しており、現状を放置したままでは社会保障の安定的な提供や財政の健全化が滞って活気ある社会を営むことが早晩困難になります。震災前から抱えていたこれらの課題の解決に向け、今年は「守り」ではなく「攻め」の姿勢で臨む一年にしたいと考えています。

２．原発事故への対応と大震災からの復興

そのためには、まず、目の前の問題の確実な解決が不可欠です。昨年12月、東京電力福島第一原子力発電所の全ての原子炉が冷温停止状態となり、いわゆるステップ２は完了しました。しかしながら、原発事故で避難を余儀なくされた方々に豊かで活気ある暮らしを取り戻していただくまで、この戦いは終わりません。発電所内では、「中長期ロードマップ」に沿って廃炉に向けた作業が始まります。長い道のりですが、一日でも早く達成できるよう、安全・安心を第一に取り組みます。これと併行して、生活や事業の再建、健康管理、モニタリング、除染などを実施し、避難区域の段階的な解除を目指します。また、原子力損害賠償支援機構も活用し、損害を被った方々に東京電力から速やかに賠償がなされるよう努めてまいります。原子力被災者の方々の御苦労と御心痛を常に胸に刻みながら、こうした取組を進めてまいります。

事故の反省に立ち、全国の原子力発電所の安全確保を強化することも喫緊の課題です。原子力安全規制の強化に道筋をつけ、本年４月に設立が予定される原子力安全庁（仮称）にしっかり引き継いでいきます。ストレステストについては、原子力安全委員会やIAEAと協力して適切に実施します。点検済の原子力発電所の再起動は、地元の御理解が得られることが前提であるとの方針に変わりはありません。一方、この冬、そして今夏の電力需給が厳しくなると予想されます。計画停電を回避するため、供給力の最大限の積み上げを行うとともに、特に民生用・業務用を中心に省エネルギー・節電対策の強化を呼びかけてまいります。皆様の御協力をお願いいたします。

大震災からの復興に向けては、事業者の皆様が被災事業の再建に希望を持って取り組んでいただけるよう、資金繰り支援や二重債務問題の解消を重点的

に実施します。必要な資金は累次の補正予算により確保されました。各地の地方公共団体や金融機関と連携し、個々の事業者の方々に丁寧に支援を届けていきます。また、地域の絆を支えにした事業再建を応援するため、引き続き、中小企業等へのグループ補助金等によって施設・設備の復旧・整備を支援します。被災地で新しい事業を産み出すことは雇用創出のためにも重要であり、東北地方、特に福島県を中心に医療分野や再生可能エネルギー分野の研究開発拠点を整備し、既に形成されている産業集積の拡大を図ります。

3．エネルギー政策のゼロベースの見直し

大震災からの復興を進めつつ、我が国が中長期的に抱える課題の解消に向け、「攻め」の経済産業政策を展開していきます。その第一の柱がエネルギー政策のゼロベースの見直しです。昨年、様々な立場の方の参画を仰いで総合資源エネルギー調査会基本問題委員会を新設し、年末に論点を整理しました。これを出発点に、エネルギー・環境会議と連携しながら国民的な議論を深め、今夏までに新たな「エネルギー基本計画」を策定します。特に、電力システム改革については、既に検討を進めている電気料金制度の見直しに加え、震災の教訓も踏まえた「開かれた電力市場」の構築に向けた検討を集中的に行います。

電力需給を早期に改善させるためには、エネルギー利用の合理化が有力な手段となります。省エネというと我慢する発想になりがちですが、私は、無理をせず同じエネルギーでより多くの付加価値を生み出す、つまり、エネルギー生産性の向上というプラス思考で取り組むことが重要だと考えます。蓄電池や自家発電、エネルギーマネジメントシステムなどの技術を活用したピークカット（使用最大時の電力需要の抑制）や、住宅・建築物の省エネ性能の底上げを進めるため、新たな制度の導入を図ります。今年は、再生可能エネルギーの固定価格買取制度がいよいよ始まります。地熱発電の普及に向けた補助を大幅に拡大するなど、支援策を総動員して新エネルギーの利用拡大を促進します。

天然資源の多くを輸入に頼る我が国にとって、その安定的な確保は極めて重要です。昨年末にまとめた「資源・燃料の安定供給確保のための先行実施対策」に沿って、独立行政法人石油天然ガス・金属鉱物資源機構（JOGMEC）による資源開発時のリスクマネー供給機能の強化や、災害時等の石油製品の安定供給に取り組みます。地球温暖化対策は、国際交渉に積極的に取り組むとともに、エネルギー政策の検討と表裏一体で進めてまいります。

4．活力ある経済の再生

「攻め」の政策の第二の柱が、活力ある経済の再生です。急激な円高や、これに伴う産業空洞化の懸念を克服するため、23年度第３次補正予算に5000億円規模の国内立地補助を盛り込みました。サプライチェーンの中核を占めながら代替が効かない部品・素材分野の海外流出を食い止めるため、予算の執行を急ぎます。また、国内自動車市場の活力維持のため、第４次補正予算で3000億円のエコカー補助金を創設しました。年度末に向け、中小企業の資金繰り対策にも万全を期します。

(1) 潜在的な内需の掘り起こし

しかし、こうした「守り」の対策だけでは不十分です。現状の日本経済は、縮小均衡・じり貧が継続する、いわば「やせ我慢の経済」になってしまっているのではないでしょうか。この状況を脱し、新たな付加価値を創造し拡大する経済に転換することが必要と考えます。鍵となるのが「潜在的な内需の掘り起こし」です。少子化・高齢化やエネルギー環境問題による制約の存在は、観点を変えれば、これらを解消するための新事業のニーズがあるということです。経済産業省の試算では、こうした課題解決型産業で15兆円の消費拡大が見込まれます。潜在的な需要に応じた事業創造を制約なく促し、新たな雇用の創出につなげるため、経済産業省では新しい法律

の提案を含め、支援策を増やしていく予定です。

活発な事業活動を支える環境整備にも努めます。法人実効税率については、復興財源としての期限付き付加税が課されるものの、引き下げが実現いたしました。車体課税や原料用途免税については、平成24年度税制改正大綱で、国際水準に一歩近づけるための措置を盛り込むことができました。これをしっかりと実現してまいります。我が国の競争力の源であるイノベーションの強化も手を緩めることなく進めます。平成24年度予算には、十年後、二十年後に向けた未来開拓型の研究開発を盛り込みました。これと併せ、研究開発税制による民間研究開発支援、国際標準の迅速な獲得や国際的な知財インフラの整備も継続します。

(2) グローバル需要の取り込み

活力ある経済を築くためには、成長著しい新興国を始めとする世界中の需要を取り込み、海外の富を国内に循環させることも重要です。日本が規格製品の大量生産で他国と価格を競える時代は終わりました。日本にしかできない、日本で創るからこそ魅力がある製品やサービスで海外市場を開拓していかねばなりません。その意味で、「クールジャパン」の推進をより多くの分野で展開したいと考えています。また、日本が強みを持つインフラ・システムや環境技術・製品の海外展開を促進します。

こうした輸出強化の土台として、主要貿易国・投資相手国との高いレベルの経済連携が重要となります。日韓・日豪EPA交渉を推進するとともに、日中　韓FTAや、日EU・EPA、ASEAN＋３、ASEAN＋６などの経済連携を戦略的かつ多角的に推進し、環太平洋パートナーシップ（TPP）協定については、昨年11月に決定した方針に沿って、交渉参加に向けて関係国との協議を進めていきます。貿易や投資の自由化による影響を懸念する意見もある中、経済産業省としては、それぞれの経済連携につき、担当する個々の交渉分野の効果を具体的に説明し、仮に懸念される影響があるならば、それをどのように緩和できるか提案していきたいと思います。

あわせて、資金の環流を妨げる制度の改善・撤廃も進めていきます。さらに、世界のグローバル企業のアジア本社や研究開発拠点の国内誘致を支援すべく、「特定多国籍企業による研究開発事業等の促進に関する特別措置法案」の早期成立を目指します。

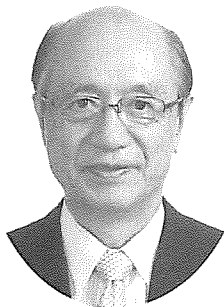
(3) 中小企業の支援

日本経済の活力を担う主役は何と言っても中小企業です。昨年末、中小企業政策審議会は、中小企業が持つ潜在力・底力を最大限引き出すための具体的施策を示しました。その中で、地域の金融機関や税理士の方々に、中小企業の経営支援の担い手としてこれまで以上に活躍していただくことを期待しています。このための法的措置を講じるつもりです。また、中小企業が培ってきたものづくり技術や日本独自の知恵・技・感性をいかした製品の海外展開も支援していきます。時代の転換点にある中、次の時代を担う新産業・新事業の芽は、中小企業にこそ存在します。その芽を見いだし、育てることを、「攻め」の経済を作る上での最大の課題と位置づけ、全力で取り組みます。

5．結びに

今年は以上の柱に沿って、「攻め」の姿勢で経済産業政策を運営し、国民の皆様の暮らしが生き生きとしたものとなり、少しでも将来に向けて「明かり」が差すよう、職員一丸となって努力していきます。一層の御支援と御協力を賜りますようお願い申し上げます。

平成24年　元旦

新年のはじまりにあたって

国土交通大臣
前田　武志

平成24年という新しい年を迎え、謹んで新春のごあいさつを申し上げます。

昨年は、１月の霧島山（新燃岳）の噴火や大雪、３月の東日本大震災、８月の新潟・福島豪雨、９月の台風12号、15号と日本列島が大きな自然災害に見舞われた年でした。とりわけ東日本大震災は、多くの方々が亡くなられ、今なお住み慣れた故郷を離れ、避難先で厳しい冬を過ごされている数多くの方がおられます。

多くの命と穏やかな故郷での暮らしを奪った大震災の爪痕は、いまだ深く被災地に刻まれたままです。我々は、被災地の１日も早い復旧・復興に取り組まなければなりません。それは単に被害を受けた施設を元に戻すことではなく、生活の再建や社会経済の再生、活力ある日本の再生、ひいては一人一人の人間が災害を乗り越えて豊かな人生を送ることができるようにすることが大切です。

本年も引き続き、将来を見据えた被災地の１日も早い復興を目指して、施策の実施を加速させるとともに、今後、このような惨禍が二度と起こらぬよう、「災害には上限がない」という今回の震災を教訓とし、「何としても国民の命を守る」という考えのもと、災害に強い社会資本整備や交通体系の構築などに全力で取り組んでまいる所存です。

また、震災からの復興に全力で取り組むと同時に、経済成長力を含む日本経済の再生にも足取りを緩めることなく取り組んでまいります。我が国の経済が抱えている諸課題は、震災の有無にかかわらずそこにあり、人口減少、少子高齢化、財政制約、国際競争の激化に加え、地球環境問題や震災を契機としたエネルギー制約等、これまでにない困難に直面しています。

これらの課題を克服し、我が国の明るい未来を築くため、国土交通省は「持続可能で活力ある国土・地域づくり」に向けた基本方針を作成しました。この基本方針に基づいて、国土交通省が水平的（分野の多様性）にも垂直的（現場業務から制度論まで）にも所掌の広がりを有する官庁として、省内各部局や他府省とも連携し、その統合力・現場力・即応力を発揮した新しい取組みを進めてまいります。

１．被災地の復興に向けて

「被災地の復興なくして、日本の再生なし」であり、今年取り組むべき最大かつ最優先の課題は被災地の復興です。まずは、住宅を失った被災者の居住の安定確保のため、地方公共団体が行う災害公営住宅等の整備を支援してまいります。

また、被災市街地の復興に向けたまちづくりについては、被災状況や都市構造の特性、地元の意向等に応じた様々な復興の在り方に対応できるよう、安全性確保のための集団移転、市街地基盤の再整備、復興拠点の整備などを支援するとともに、復興事業による事務負担が増大している中、市町村が能力を最大限発揮できるよう、まちづくり人材バンクの構築など円滑な復興を進めるために必要な支援を行ってまいります。復興まちづくりに当たっては、被災地における耐震化や、津波対策等を支援するため、インフラの復旧を図るとともに、耐震化・耐浪化等に取り組んでまいります。

さらに、地域の産業再生を早期に図るため、三陸沿岸道路等の太平洋沿岸軸、沿岸部と東北道を結ぶ横断軸の強化について、防災面の効果を適切に評価しつつ、重点的な緊急整備を実施するとともに、国

民生活や経済活動を支える被災した鉄道の災害復旧事業を早期に実施してまいります。

2．低炭素・循環型の持続可能な社会の実現

人口減少、少子高齢化が進む中、我々が豊かな社会を享受し続け、かつ、将来世代にも引き継いでいくためには、環境と社会・経済の関係を踏まえ、持続可能な社会を構築していくことが必要です。

例えば、エネルギー問題や少子高齢化といった我が国の中長期的な課題を解決し、持続可能な成長を実現していくためには、省エネルギーの推進や再生可能エネルギーの導入等の推進、多様な生物の生息・生育環境の形成など持続可能な社会の構築を図るための先導的な取組みが必要です。

このため、地域社会・国民生活の構成要素となる住宅・建築物、輸送機関、公共施設について、将来スタンダード化されるべき環境性能を先取りして具現化するとともに、これらを組み合わせて、まち・住まい・交通分野等をパッケージにした、まち全体の創蓄省エネ化を進めてまいります。具体的には「ゼロエネルギー住宅」の普及の促進や、認定省エネ住宅（仮称）の促進のための税制優遇措置、木造住宅・木造建築物の普及促進、都市におけるエネルギーの面的利用推進、地中熱利用の検討、公共交通の充実、自動車と家庭・業務の一体的な省エネ管理システムの開発等の支援、まち・交通の太陽光発電・蓄電を行う取組等の支援、電気自動車等の環境対応車の普及促進やエコカー減税等の税制優遇措置、道路交通の円滑化、天然ガス燃料船の普及・実用化や浮体式洋上風力発電の導入、流域圏等における自立分散型エネルギーシステムの構築などに加え、建設産業の振興や人材の確保も図ってまいります。また、健全な水循環の再生、生物多様性の確保とともに、地域活動と一体となって、コウノトリ等の希少生物をはじめとした多様な生物の生息・生育環境となる水環境・緑地等の保全・再生に努めてまいります。さらに、建築物の低炭素化等による低炭素型の都市の実現に向けた法制上の措置を図るなどの取組を通じて、持続可能な「低炭素・循環型社会の構築」を強力に推進してまいります。

また、高齢化が進む地方部において、持続可能な社会を構築するためには、子育て世代が住みやすく、高齢者の健康、安全、快適な暮らしを実現するため、子育て世代や高齢者向けの住宅、公共交通の充実、安全で快適な移動空間の構築を図るなど「医職住」の近接した集約型の安全なまちづくりを目指し、生活・経済機能の強化と集約化を図ってまいります。併せて、現在継続審議となっている交通基本法の早期成立に向けて全力で取り組んでまいります。

こういった先導的な取組、先端的な技術システムの普及強化などの施策を総合的に推進することで、「持続する経済、持続する雇用、持続する国土」の構築に向けた取組みを推進してまいります。

3．安全と安心の確保

我が国は、地震・津波や火山災害・風水害・土砂災害・雪害・高潮災害など、自然災害に対して脆弱な国土条件にあります。特に、東日本大震災の経験から、「災害には上限がない」こと、そして、社会資本整備の最も重要な使命が「国民の命と暮らしを守る」ことにあり、低頻度・大規模災害に対する備えが必要であることを改めて認識したところです。

今後、たとえ被災したとしても人命が失われないことを最重視し、また経済的被害ができるだけ少なくなるような観点から、これまでの防災対策に加え、ハード・ソフト施策の適切な組み合わせによる「減災」対策を一層推進してまいります。具体的には、地震・津波・火山・洪水・地殻変動等の観測体制の強化による適確な防災情報の提供や浸水想定区域の設定、ハザードマップや避難計画の策定、警戒避難体制の強化といったソフト施策を充実してまいります。また、災害発生時の緊急輸送路の確保に向けた代替性・多重性の確保に向け、陸・海・空の多様なモードが連携し、ネットワーク化を通じたバックアップ体制を強化するとともに、災害時の円滑な物流網の確保に向けた民間物流事業者の能力を最大限活用した支援物資物流システムの構築、BCP（業務継続計画）の策定等被災時に活動を継続させるため

の対策も図ってまいります。さらに人口や都市機能が集積した地域における災害時の避難者・帰宅困難者対策として、官民が連携したハード・ソフト対策に関する法制上の措置や必要な支援を図ってまいります。

このように、災害への対応力を高める取組みを一層進めるとともに、今後発生すると想定されている首都直下地震、東海・東南海・南海地震等の大規模地震やそれに伴う津波、地球温暖化に伴い激甚化することが懸念される台風等による風水害・土砂災害などに備え、津波防災地域づくりの推進、災害対応体制・危機管理体制の強化、東京圏の中枢機能のバックアップに関する基礎的な検討、東北圏をはじめとする各圏域における広域地方計画の総点検などを進め、災害に強い国土・地域づくりを推進してまいります。その際、社会資本整備の維持管理・更新にかかる費用が今後増大すると見込まれていることから、PPP／PFI等民間の知恵・人材・資金の活用も含めた、戦略的な維持管理・更新を行い、真に必要な社会資本整備を進めてまいります。

また、陸・海・空の運輸の安全を確保するため、運輸安全マネジメントの推進や安全監査の実施等を進めるとともに、的確な事故調査により原因究明を徹底して行い、積極的に情報発信することにより事故の防止と被害の軽減を図る一方、公共交通における事故による被害者等への支援の取組みを進めてまいります。

さらに、昨今の国際情勢も踏まえ、海上における主権を確保し、治安と安全を守ることが重要であり、引き続き海賊対策等も進めるほか、海上警察権の充実強化を図るべく、必要な法改正も含めて海上保安庁の体制の整備や海上における監視・警戒体制の強化を図ってまいります。

4．経済活性化

日本経済が震災の打撃からようやく立ち直りつつある中で、急速な円高の進行、高止まり、さらには欧米経済の停滞感の高まりが、景気を下振れさせる重大なリスクとなっています。また、生産年齢人口が減少する中で、国の活力を維持するためには、高齢者層から子育て層への所得移転等による消費行動の活性化や海外の成長マーケットの取り込み等、需要サイドに着目した施策の展開を図る必要があります。さらに、ファンドの活用を含め具体的なPPP／PFI事業の案件形成や推進、新たな法制度を含めた民間の能力を活用した空港運営の推進を図るなど、広く民間の資金、人材、ノウハウを投入し、経済活性化に繋げていくことが必要です。

具体的には、住宅や都市分野については、住宅エコポイント制度の再開や中古住宅流通・リフォーム市場の拡大、生前贈与等に係る税の減免等による住宅投資の活性化や、機能的で魅力ある都市整備への民間資金の流れの円滑化等を通じ、住宅・不動産市場の活性化を図ることが重要です。内需主導の経済の安定的な成長のために、住宅・不動産市場の活性化等による内需の拡大を図ってまいります。

観光分野については、訪日外国人3,000万人時代を見据え、官民連携強化によるオールジャパンの訪日プロモーションの推進、風評被害の払拭、外客受入環境の整備、本年４月に開催予定のWTTC（世界旅行ツーリズム協議会）グローバルサミットに代表されるMICE（国際会議・展示会等）の誘致・開催等を推進し、訪日観光需要の拡大を図ります。また、国内旅行については、官民合同の「国内旅行振興キャンペーン」により旅行機運を醸成するとともに、特に東北地方については「東北観光博」を実施し、旅行需要の回復と新たな観光地域づくりのモデル構築を図ります。加えて、休暇改革などの旅行をしやすい環境整備や交通アクセスの改善を進めてまいります。

また、地域の経済活性化に向けて、地域公共交通の確保・維持・改善、バリアフリー化の推進、全国ミッシングリンクの整備、整備新幹線の着実な整備、都市鉄道ネットワークの改善、離島等の流通効率化への支援、日本海側港湾の機能別の拠点化、成長基盤の強化等につながる社会資本整備総合交付金の効率的な活用等を進めてまいります。

５．国際競争力と国際プレゼンスの強化

経済がグローバル化する中、世界、特にアジアにおける我が国の存在感が希薄化することが懸念されています。このため、アジアなど海外の成長や活力を日本に取り込み、日本が外国企業にとって魅力ある進出先とする施策を講じることが必要です。大都市は、ヒト・モノ・資本を呼び込む国際ビジネスの拠点として、国全体の成長エンジンとなる一方、地方の中核都市は、世界に門戸を開き特色や強みを活かし、地域経済を活性化する牽引役となることが求められます。

このため、具体的には、国際コンテナ・バルク戦略港湾や大都市拠点空港等の更なる強化、鉄道によるアクセス機能の向上、主要都市間、都市と港湾・空港等を連絡する高規格幹線道路や大都市の環状道路の整備等を行うとともに、オープンスカイの一層の促進やLCC参入促進に関する取組、日本商船隊による外航海運の安定輸送の確保等のソフト施策を併せて推進し、これにより、継ぎ目のないヒト・モノの移動を促進し、国際・国内の交通ネットワークの充実を図ってまいります。また、民間都市開発プロジェクトの支援を通じた大都市の再生を推進することで、国際競争力の強化のための基盤整備を促進してまいります。

また、海洋立国の実現に向けて、海洋権益の保全等を図っていくことは極めて重要であることから、遠隔離島における活動拠点の整備や海洋調査の推進、海洋情報の一元化を通じ、海洋の本格的な利活用を進めるための環境整備を行ってまいります。

また、我が国の優れた建設・運輸産業、インフラ関連産業等が世界市場で大きなプレゼンスを発揮することを目指して、海外展開をすることが重要であり、官民連携による海外プロジェクトの実現に向けて、総合的・戦略的な支援・推進体制を整備するとともに、その基盤づくりとしての国際標準化も推進することにより、具体的案件の受注を図ってまいります。

また、災害によってインフラが破壊されると、サプライチェーンの寸断などにより、国内外の経済に多大な影響を及ぼすため、今後インフラ整備全体の「選択と集中」を図る中で、災害に強いインフラ整備を図ってまいります。国外の例では、昨年10月に発生したタイの洪水被害は、タイ国内のみならず、サプライチェーンの寸断により、世界中に影響を及ぼしました。国土交通省は、国際緊急援助隊として、高性能で機動力のある排水ポンプ車や官民連携の排水チームを海外に派遣し、排水作業にあたりました。今後は、防災情報、警戒避難体制、インフラ、土地利用規制、制度・体制を含む総合防災システムを提供するなど、事前に災害を予防、被害の軽減を図ることが必要です。このような総合防災システムとその的確な運用を組み合わせた「防災パッケージ」を世界に展開することで、国と国との「絆」を深め、我が国と他国とがともに発展する新たな国際貢献モデルとして、国益の観点から戦略的に防災対策を推進してまいります。

６．最後に

我が国は、長期にわたる経済低迷と財政制約、未曾有の人口減少社会の到来、円高や空洞化などの国際環境への対応といった震災前からの課題に加え、新たに東日本大震災からの復興に取り組んでいかなければなりません。国難とも言うべき現在の危機をチャンスに変えるために、国土交通省及び政府が一丸となって、上述のような方向性に基づく新しい取組を進めてまいります。特に、被災地における復興にあたって、先導的な各種プロジェクトの実施を図るため、必要な検討を進めてまいります。

国民の皆様のご理解をいただきながら、ご期待に応えることができるよう、諸課題に全力で取り組んでまいる所存です。

国民の皆様の一層のご支援、ご協力をお願いするとともに、新しい年が皆様方にとりまして希望に満ちた、大いなる発展の年になりますことを心より祈念いたします。

図書料金表

図　書　名	定　価（税込）	送　料	合　計
月刊「厨房」（半年）	2,520円	共	2,520円
〃（年間）	5,040円	共	5,040円
〃（厨房設備士価格、年間のみ）	3,150円	共	3,150円
厨房設備工学入門　第５版	7,800円	共	7,800円
〃（会員企業価格）	6,200円	共	6,200円
業務用厨房関係法令集　2010年版	4,200円	共	4,200円
〃（会員企業価格）	3,300円	共	3,300円
業務用厨房設計事例集	12,000円	450円	12,450円
〃（会員企業価格）	9,600円	450円	10,050円
会員名簿（平成23年度版）	2,100円	210円	2,310円
JFEA業務用厨房設備機器基準	4,200円	共	4,200円
〃（会員価格）	2,100円	共	2,100円

図書申込書（FAXにてお申し込みください）

月刊「厨房」

年　　月号から半年間　　各　　冊

年　　月号から１年間　　各　　冊

厨房設備工学入門　第５版　　冊

業務用厨房関係法令集　2010年版　　冊

業務用厨房設計事例集　　冊

会員名簿（平成23年度版）　　冊

JFEA業務用厨房設備機器基準　　冊

合計金額　　**円**

申込書（記入もれのないようご注意ください）

会社名：　　電話：　　FAX：

送付先：〒

氏名：　　部課名：

厨房設備士登録番号：

銀行口座　みずほ銀行芝支店　普通口座　No.２３１９２１６
（最寄の金融機関にて直接お振り込みください）

郵便振替　００１８０－８－１７５２８０（郵便局備え付けの青い用紙をお使いください）

書　　留　〒106-0044　東京都港区東麻布1-27-8

いずれも名義は㈳日本厨房工業会

注意事項

＊発送は入金確認後になります。

＊請求書は発行いたしません。領収書は書留の場合のみ発行します。

＊振り込み料は各自ご負担ください。

＊３ヵ月経過してもご入金が確認できない場合は、お申し込み取り消しとして処理させて頂きます。

＊複数冊ご購入される場合、沖縄県・離島・海外等へ発送する場合の送料はお問い合わせください。

㈳日本厨房工業会　〒106-0044　東京都港区東麻布1-27-8　TEL03-3585-7251　FAX03-3585-0170

50周年を迎え、より会員が社会に貢献する工業会に

新春賀詞交歓会を開催

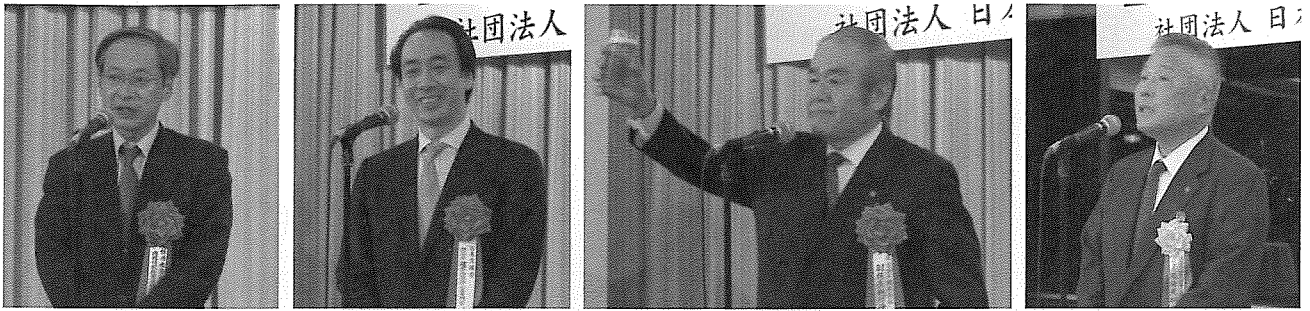
福島裕会長

関東厨房機器協同組合・
上野秀雄理事長

㈳日本厨房工業会は平成24年1月18日（水）、ホテルインターコンチネンタル東京ベイ5階「ウィラード」で、「新春賀詞交歓会」を関東厨房機器協同組合との共催で開催した。両団体会員・組合員をはじめ、関係省庁、関連団体、報道等、206名の参加者を得て開催された交歓会は、司会の尾崎誠常任理事の進行で16時より開会となった。

まず挨拶に立った福島裕会長は新年の挨拶と各界の関係者へのお礼を述べた後、「昨年は大震災や洪水などで会員企業も大変な目に遭ったが、それらを克服され、また被災地に仕事を通じて支援の手を差し伸べられたと聞いている。工業会も震災後の6月に東北支部の30周年記念式典を行い、10月に松島で移動理事会を行い、地元との交流を深め、微力ながら支援を行った。今年は良い年にしたいので、明るい事業を考えている。4月には一般社団法人へ移行する。また創立50周年を迎え、6月6日には記念式典を行う。是非皆さんに共にご参加いただきたい。50年前といえば東京オリンピックの直前で、高度成長まっしぐらの時代に工業会が設立された訳で、当工業会の目標は業界の発展だったが、今回の大震災や法人改革を併せ考え、今後の方向性として、会員の皆さんが少しでも社会にお役に立つような場を工業会として支援するような志を持って運営していきたい。2月には厨房設備機器展が会員の協力のおかげで、多くの出展をいただいて開催される。期間中に工業会主催のセミナー等を企画しているので、是非皆さんにご参加いただきたい。工業会ブースでは昨年の震災で会員の皆さまのいろいろな支援活動をご案内できると聞いている。当工業会の最大の使命は食の安全・安心を安全・安心な機器で提供することであると思う。これまで長年やって来た機器の認定制度、人材育成にさらに取り組んで参りたい。昨年は絆という漢字が話題に上ったが、月刊厨房の1月号に若手の新春対談が掲載されていた。工業会でもFaceBookに参加している人が多数いて、私は会員の皆さんのつながりというものを大切にして、会の運営に努力していきたい。そして必ずや新しい年が会員の皆さまにとって明るい年になるように努力していきたいので、会員の皆さまの変わらぬご支援を賜りたい」旨を述べた。

続いて、関東厨房機器協同組合・上野秀雄理事長（当会常任理事）より挨拶があった。上野理事長は昨年の震災などによる厳しい景況にふれ、「中小企業が相互扶助の精神で踏ん張っている。互いに助け合い、他社との絆を大切にする気持ちを強く意識している。私たち関東厨房機器協同組合も発足の原点である相互扶助の精神を再認識し、組合員の事業にお役に立つ組合として活動し、この時代を克服していきたい。皆さまの繁栄健勝を祈ると共に、新年がより良き年になるように祈念する」旨を述べた。

次いで来賓の挨拶があり、経済産業省商務情報政策局日用品室・江川邦雄室長から「法人移行や50周年など、工業会にとって今年はめでたい年だが、昨年は震災や円高で景況は再びダメージを受け、タイ洪水など、わが国を狙い撃ちするかのような国難が続いた年だった。政府は数次にわたる補正予算を組み、円高による中小企業の資金繰り対策、風評被害・

経済産業省・江川邦雄室長

国土交通省・今村敬企画専門官

東京ガス㈱・村木茂代表取締役副社長執行役員

尾崎光行・副会長

為替対策等、できる限りの手を打っている。引き続き皆さんのご支援ご協力を賜れればと思っている。また、厨房業界のユーザーである外食産業はデフレ状態であり、皆さんは経営で厳しい対応をされていると思う。しかしユーザーニーズというものは必ずあり、より省エネや環境対策等をした商品開発が必要だと思う。製品の安全安心というのは基本であり、工業会が業務用厨房機器基準適応制度などで貢献されていることはありがたく思っている。今後とも皆さまとはコミュニケーションをとっていきたいので、引き続きご協力ご支援を賜りたい。皆さまのご健勝とご活躍、団体の益々のご発展を祈念する」旨、挨拶が述べられた。

また、国土交通省住宅局建築指導課・今村敬企画専門官からは昨年の震災などの被災者への見舞いの言葉が述べられ「国土交通省住宅局建築指導課は住宅政策と建築行政の二つがあり、少子高齢化や単身世帯の増加、省エネ、医療と住宅を関連付けたサービスなどに取り組んでいる。震災後は安全の見直しを求める声が高まり、津波や非構造物への対応をしている。また、非公開で法体系勉強会を開催し、難解な建築基準法を分かりやすく再整理できないかとしている。工業会はハードウェアだけでなく人材育成に努力されており、国土交通省でも各種委員会に参画しており、一緒に考えていきたい。今後とも厨房設備の安全安心と食の安全安心に向けて工業会のご努力ご尽力に期待する。今年が皆さまにとって素晴らしき年となるように祈念する」旨の挨拶が述べられた。

関東厨房機器協同組合主賓の、東京ガス㈱・村木茂代表取締役副社長執行役員からは工業会・関厨協と会員企業への礼が述べられ、「昨年は3.11という未曾有の国難が起きるなど、国内的にも国際的にも混乱と混迷の年だった。今年も不透明感が拭えない年なのかもしれない。こういう時こそ企業・産業が力を合わせて新しい道を創っていく必要がある。日本の新しいエネルギー戦略は原子力依存を下げることは避けられない中、再生エネルギーや天然ガスなどの化石燃料の新たなエネルギーのベストミックスの構築、分散型エネルギーシステムを入れた新たなエネルギーシステムの構築などが大きな方向性となっている。天然ガスの重要性が高まる中、われわれは覚悟と実行力を持って進めていきたい。また、エネルギーはこれからは供給側でなく需要側から見ていくことになるというパラダイムシフトが起きると思う。そういう意味で日本の食文化を支えお客さまに近い立場にある工業会の皆さまがイニシアチブをとって、エネルギーを変えていくことになると思う。われわれは昨年チャレンジ2020というビジョンを出した。その中で、涼厨の販売目標を今年末で累積で1.5万台、2020年には10万台とした。今後は工業会の皆さまとますます連携させていただいて、より良い物を提供したいので、よろしくお願いしたい。今年は辰年。その意味の一つにいろいろな困難を乗り越えて、理想や目標に向けて着実に前進していくというものがある。工業会が50周年という節目を迎えるこの年が、次なる成長へ向けてのスタートの年になることを祈念したい」旨の挨拶の後、乾杯が行われ、歓談の時間となった。

会場内では新年の挨拶と談笑が繰り返され、終始和やかな雰囲気のひとときとなった。

中締めは尾崎光行副会長が行い、「皆さんの益々のご繁栄とこの１年の健康を祈念する」旨の挨拶の後、三本締めで散会となった。

平成24年度

第33回厨房設備通信教育受講者募集要項

1月10日～2月9日

目　　的

厨房設備士および業務用厨房の関連業務に従事する者の基礎的識能や専門技術とその応用能力の向上を図り、もって厨房業界の発展に寄与することを目的とする。

受講資格

(1)　上級コース（下記の何れかに該当する者）
①厨房設備士の資格を有する者。
②厨房設備業務に関して３年以上の実務経験を有する者。
③上記①②の要件と同等の知識、技能を有すると同委員会が認めた者。

(2)　初級コース
業務用厨房の関連業務に従事する者であって、上級コースの資格要件に満たない者。

受講科目

別表（右記科目表）のとおり

(1)　平成24年４月から平成25年２月まで10回レポート提出。
(2)　スクーリング（２日間日帰り）は必修のこと。
ただし、設計実務経験者は最終日の１日参加のみでも可。
(3)　提出期日を経過したレポートは減点法を採用。

修了証書

修了評価基準を満たした者に対し修了証書を授与する。

修了特典

(1)　初級コースの修了者は、２級厨房設備士の受験資格について実務経験（３年以上）が1/2に短縮される。
(2)　上級並びに初級コースの受講者は、全課程において優秀な成績により修了された者については、２級厨房設備士資格認定試験が免除される。
ただし、レポート提出期日が経過した者は除く。

スクーリング会場

東京・名古屋・大阪・福岡に実施会場を設定する。
（参加者15名未満の会場は最寄りの会場での受講となる。）
（地域によって15名を超えた場合には、上記とは別に会場を設ける場合があります。）

受講期間

平成24年４月～平成25年３月
スクーリング ２日間日帰り 必修（設計実務経験者は最終日の１日参加のみでも可。）

募集定員

上級コース・初級コース　合計200名

受付期間

平成24年１月10日(火)～２月９日(木)まで
（２月９日消印有効）厳守。

受講申込書の提出

(1)　工業会ホームページの記入フォームに記入のうえ、送信のこと。
http://www.jfea.or.jp/
(平成24年２月９日 23：59まで受付)
(2)　所定の申込書に記入のうえ、事務局へ提出のこと。

受　講　料

(1)　工業会会員企業の従業者および月刊「厨房」誌購読者（厨房設備士に限定)。
52,500円（内、消費税 2,500円）
(2)　上記以外の者。
68,250円（内、消費税 3,250円）
納入後の受講料は原則として返戻はしないものとする。

受講料の請求払込

受講申込者には同委員会において資格審査の後、請求書を送付する。
請求を受けた者は平成24年３月12日（月）までに下記口座へ振込むものとする。

振 込 先

三井住友銀行　三田通支店（623）　普通 7143043
社団法人　日本厨房工業会
振込期日（3／12）厳守（振込手数料は各自負担）

受講承認証の交付

上記手続きが完了した者には、受講承認証と第１回テキストおよびレポート問題を併せて送付する。
(４月初旬発送予定)

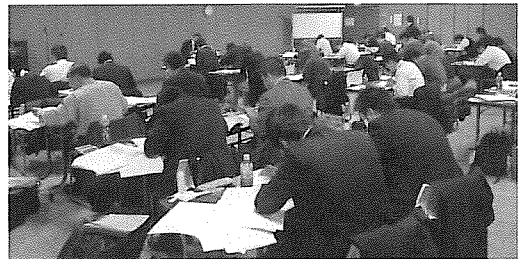
お問い合わせ

受講申込事項等に関する不明の点は事務局にお問い合わせください。

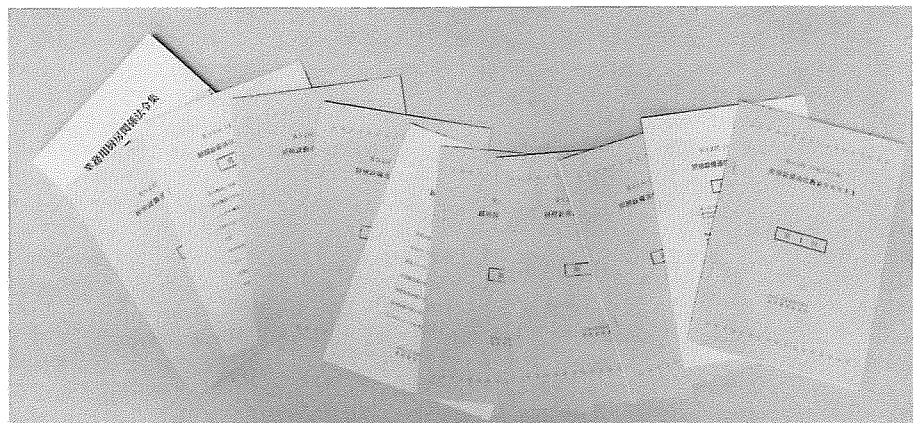
社団法人日本厨房工業会
〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8 厨房機器会館
TEL 03-3585-7251　FAX 03-3585-0170

■科目表

回数	単位	科　　目	実施月
1	1	**厨房の概念・基礎知識** 厨房概論と仕事とエネルギー 調理科学 衛生管理	4月
2	1	**厨房機器と材料（1）** 厨房機器	5月
3	1	**厨房機器と材料（2）** 厨房機器と材料	6月
4	1	**関　連　設　備（1）** 建築 給排水 空調と換気	7月
5	1	**関　連　設　備（2）** ガス 電気 その他の関連設備	8月
6	1	**厨房計画と設計要領** 厨房計画 厨房設計	9月
7	1	**作　図　課　題（1）** 作図課題（1）	10月
8	1	**作　図　課　題（2）** 作図課題（2）	11月
9	1	**設備の施工・保守管理** 設備の施工 保守管理	12月
10	1	**関　係　法　規** 関係法規	1月
スクーリング			1～2月
11	1	筆記試験	
12	1	厨房設計実技	

厨房業界を代表するエキスパートが指導に集結！ ここでしか手に入れられない、重要な情報を盛り込んだテキストで、あなたも1年後は厨房のエキスパートに！

本通信教育は㈳日本厨房工業会会員を中心として、厨房・食産業に携わるエキスパートが集結。長年の経験で蓄積された理論と経験を惜しみなく伝授し、厨房設計・施工に必要な知識を、１年間かけて、きっちりと学べます。

通信教育の最後の総仕上げとして行われるスクーリングでは、全国４会場（東京・名古屋・大阪・福岡）で製図に関する講義と実際に作図する試験が課されます。

全国のスキルアップしたいあなたのお申し込みをお待ちしております！

HCJ2012
HOTERES JAPAN
第40回 国際ホテル・レストラン・ショー
給食・弁当サービス業界にむけた展示会
第33回 フード・ケータリングショー
第12回 厨房設備機器展

アジアNO.1の"ホスピタリティ"と"フードサービス"の専門展示会

第12回厨房設備機器展

2012年2月21日(火)～24日(金)

会場全景（第11回厨房設備機器展）

㈳日本厨房工業会は、国内最大規模の業務用厨房機器・フードサービス設備機器展示会「第12回厨房設備機器展」を、東京ビッグサイト（東京国際展示場）にて、２月21日(火)～24日(金)の日程で開催する。

この展示会は「HOTERES JAPAN 2012」、「第33回フード・ケータリングショー」と三展を合同開催するもので、"HCJ 2012"と総称され、ホテル・レストラン・給食業界をはじめとした、"ホスピタリティ"と"食"の専門家約９万名弱が集うアジア最大規模の展示会として広く知られている。

「第12回厨房設備機器展」のテーマは、「見て・触れて・感じて――。」である。製品や資料・デモンストレーションをご用意した各会員企業のブースの他、工業会ブースでは、業務用厨房機器基準や厨房設備

第12回厨房設備機器展　㈳日本厨房工業会主催オープンセミナースケジュール

2/22（水）※３講演

①10：30～11：15　株式会社コメットカトウ

演題：「今日から実践！加熱調理機器　省エネ・省資源運用術」

近年天然資源が高騰しています。また、東日本大震災より更に一層の節電が叫ばれています。

本セミナーでは加熱調理機器（スチームコンベクション・フライヤー）の簡単な仕組みを理解して頂き、現場にある機器でどのように調理を行えば省エネに運用できるか、省資源で料理ができるかをご提案いたします。

②11：45～12：30　株式会社フジマック

演題：「厨房機器と環境保全について」

地球環境の保全（省エネルギー、高効率）に貢献する厨房機器とはどんなものか、現存する機器を事例にご紹介いたします。

～ スチームコンベクションオーブン、涼厨機器、IH機器など ～

また、これらの製品の使用方法による留意点についても考えてみたいと思います。

③13：00～13：45　福島工業株式会社

演題：「高品質化を追求する低温スチーミング技術」

・低温スチーミングとは
・スチーミングが食材に対する関わり
・素材を活かし栄養素を逃がさないスチーム調理とは
・業務用低温スチーマーの製品紹介

2/23（木）※４講演

①10：30～11：15　一般財団法人日本ガス機器検査協会

演題：「食品安全システム認証規格の新潮流・FSSC22000について」

近時、ワールドワイドにビジネスを展開している大手流通・製造業団体（GFSI）が認めた、食品安全システム認証を目指す食品企業が増えてきています。

このため厨房設備機器の仕様もこれまで以上に衛生的に優れた内容が求められています。

この食品安全システム規格について、我が国ではFSSC22000が脚光を浴びています。

FSSC22000がISO22000と比べて、どう違うのか、どんな要求事項があるのか等について解説をいたします。

②11：45～12：30　タニコー株式会社

演題：「レストラン、コンビニ、ビジネスホテル等向けコンパクトベーカリーシステム『ユニエースオーブン』」

・ユニエースオーブンの特徴と導入におけるメリット
・簡単な使用方法と製品紹介
・導入事例の紹介
・米粉を使用したパンの製造

③13：00～13：45　東京ガス株式会社

演題：「厨房・空調・給湯設備の最新トレンド」

帝国ホテルやコンラッド東京など国内外の有名ホテルの厨房コンサルティングを行っている鈴木氏と対談で、これからの厨房機器、設備の提案に役立つ情報をご紹介します。

・効率的で、働きやすい厨房事例紹介
・厨房機器のブランディング戦略について
・涼しい厨房機器「涼厨」の最新情報
・エネルギーの効率的な活用方法（節電機器・設備のご紹介）
・震災に強い厨房にするために（ガス設備の安全と防災）

④14：15～15：00　株式会社マルゼン

演題：「今もとめられているキッチンシステムのポイント」
～省エネ・高効率な厨房機器のご紹介を交えて～

"より美味しく料理が作れ""より安全で""より効率良い"キッチンシステムに欠かせない厨房機器。

マルゼンの豊富なラインナップの中から省エネルギー性能・高効率性が高く、今売れ筋の製品を中心に特性や活用術をご案内します。今、キッチンシステムに求められるポイントと当社の製造販売の取り組みの一環を事例を交えてご紹介いたします。

第12回厨房設備機器展開催に当たって

展示会実行委員会
委員長　古口　博之

第12回厨房設備機器展開催の時期が参りました。昨年は第11回厨房設備機器展開催後に3.11の東日本大震災という日本全土を覆う不幸が訪れましたが、それから約１年が経過しました。

今回はこの未曾有の悲劇を過去のものとしないために、また会員企業さまの震災への取り組み、今後同様の事態に工業会と会員企業がどのようにお役に立てるのかを広く皆さまに知っていただくために、工業会ブースに「3.11コーナー」を設けました。また昨年同様に、当工業会の各活動を紹介させていただく展示と各種出版物の頒布の他、従来機器展に大規模な出展をしづらい会員企業さまのアピールの場として設置した会員企業コーナーもご用意させていただきました。

同様に、例年ご好評を頂いておりますオープンセミナーですが、今年も７社の会員企業さまに自社の製品とその開発、社会貢献活動などについてアピールしていただきます。

魅力的な製品・サービスに満ちた各出展企業さまのブースと共に、各会員企業さまの活動の一端を本展示会でご覧いただければと存じます。皆さまには是非ご来場いただきますよう、お願い申し上げます。

士資格認定試験などの工業会活動をご紹介すると共に、会員コーナーを設置し、各メーカーの製品を展示する。

また、本年度についても、工業会主催のオープンセミナーを開催する。

●日本厨房工業会ブース企画

◆㈳日本厨房工業会会員コーナー〔工業会ブース内〕
出展企業（３社）：㈱キャニオン、㈱三栄コーポレーションリミテッド、東産業㈱

◆業務用厨房設備機器基準コーナー

◆厨房設備士資格認定試験コーナー

◆㈳日本厨房工業会活動紹介コーナー

◆「3.11コーナー」

●日本厨房工業会主催オープンセミナー

◆テーマ：「㈳日本厨房工業会会員によるセミナー」

◆講義内容：㈳日本厨房工業会会員企業の製品開発やその製品のご紹介及び各社にて実施している社会貢献活動等について、各企業より講師をお招きして講演を行います。全来場者を対象とした無料のセミナーですので、是非お申し込みください。（事前登録制）

◆日　時：平成23年２月22日㈬および23日㈭

◆場　所：東京ビッグサイト東１ホール
主催者事務室（展示会場内）

◆受講料：無料

工業会オープンセミナー（第11回厨房設備機器展）

◆定　員：70名

◆申込方法：事前登録制（定員になり次第締め切ります）。HCJ三展合同事務局ホームページ（http://www.jma.or.jp/hcj/）または当工業会ホームページ（http://www.jfea.or.jp/）より申込用紙をダウンロードし、FAX03-3585-0170までお申込ください。

●催事内容・来場方法、イベント・セミナー等についてのお問合せは下記まで

HCJ三展合同事務局
㈳日本能率協会　産業振興本部内
〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22
FAX03-3434-8076
E-mail:hcj@convention.jma.or.jp
http://www.jma.or.jp/hcj

2011年版
「業務用厨房機器に関する実態調査」報告書要旨

流通企画委員会

調査の概要

■調査の目的

わが国の業務用又は商業用厨房機器・装置製造業界の実態を継続的・統計的に調査・検討を行うことにより、今後の厨房業界の製造・販売・設備設計・施工業に係る施策の基礎資料とし、もってその振興に資することを目的とする。

■調査項目の設定

調査項目の設定や調査票の総合的な監修及び作成は、当工業会「流通企画委員会」が担当し、個別データの収集及び集計業務については、機密保持主要業務の重要性に鑑み、その取扱いについては工業会の担当のみとした。個々のデータは、厳秘に封緘されて保管している。

■調査対象企業の選定

これまで15回にわたる調査結果の有効性などを同委員会において勘案・再検討し、工業会会員企業277社、員外企業124社、合計401社を調査対象とした。

■調査の方法

アンケートによる自記式、メール回収法式。なお、調査票は所定の用紙を発送し、2011年9月から10月の間に回収した。

■調査期間

本調査は、2011年8月末までにおける各企業の直前営業年度決算時の実態によるものである。

■集計結果のまとめ方

調査にあたっては、当工業会「流通企画委員会」が過去15回の調査結果を資に、調査項目の設定、調査対象企業の選定、調査方法等を再検討し調査を行った。

前回に引き続き、機器分類毎の生産台数、輸入台数をグラフで示し、全体的な動向が一覧でき、かつデータとの関連がとれるよう配慮した。

なお、この調査結果について不明又は疑問な事項については、事務局担当者宛てにお問い合わせ下さい。支障のない範囲において、その調査結果に基づいた根拠などをお答えいたします。

■調査項目

本調査の主たる調査項目は以下のとおりである。

(1) 回答企業の概要
- ・従業者数　・創立年月日　・資本金
- ・売上高　・売上比率　・機器取扱比率
- ・業種別売上高比率

(2) 厨房機器生産台数

1) 熱調理機器類
- ・レンジ　・煮炊釜　・炊飯器　・焼物器
- ・揚物器　・蒸し器　・麺類機器
- ・その他の熱調理器

2) 下調理用機器類
- ・皮むき機　・切さい機　・攪はん混合機
- ・食品成型機類　・その他の下調理用機器

3) 低温機器類
- ・冷凍・冷蔵庫類　・サービス用低温機器
- ・製氷器　・ブラストチラー

■調査票回収実態（下表）

	合計			会員			非会員		
	調査対象	調査票		調査対象	調査票		調査対象	調査票	
		回答	%		回答	%		回答	%
北海道	11	6	54.5	7	5	71.4	4	1	25.0
東北	19	9	47.4	12	7	58.3	7	2	28.6
関東	199	125	62.8	129	92	71.3	70	33	47.1
東海北陸	62	45	72.6	51	38	74.5	11	7	63.6
関西	55	27	49.1	40	23	57.5	15	4	26.7
中国	19	13	68.4	16	12	75.0	3	1	33.3
四国	11	7	63.6	6	4	66.7	5	3	60.0
九州	25	20	80.0	16	15	93.8	9	5	55.6
合計	401	252	62.8	277	196	70.8	124	56	45.2

・真空冷却機　　・その他の低温機器

4) 洗浄消毒機器類

・食器洗浄機　・特殊洗浄機　・消毒機器

・その他の洗浄消毒器

5) 板金製品類

・台　・シンク　・戸棚　・ラック

・ワゴン（搬送車）　・その他の板金製品

6) 給湯関連機器類

・瞬間湯沸器　・貯蔵湯沸器　・給湯ボイラー

・その他の給湯関連機器

7) サービス機器類

・料理保温機器　　　・器具保温器

・保温器　　　　　　・コーヒー関連機器

・飲用ディスペンサ　・ディスペンサ

・配膳車　　　　　　・再加熱カート

・その他のサービス機器

8) その他の業務用厨房装置類

・厨芥処理機　・防災防虫機器・装置

・グリス除去装置

・他に分類されない業務用厨房装置

9) 厨房機器輸入台数

回答企業の調査内容

■調査集計参考資料…回答全企業252社対象

(1) 機器取扱企業別売上高（単位：百万円）〈図1－1〉

① 自社生産のみ（自）………………32,325（52社）

② 輸入のみ（輸）……………………2,840（3社）

③ 仕入のみ（仕）…………………104,824（103社）

④ 自社生産＋輸入（自・輸）………6,940（3社）

⑤ 自社生産＋仕入（自・仕）……153,347（69社）

⑥ 輸入＋仕入（輸・仕）……………17,986（6社）

⑦ 自社生産＋輸入＋仕入（自・輸・仕）

………………………………………167,665（16社）

(2) 総従業者数〈図1－2〉………………… 18,199人

① 生産部門関係 ………………………………5,293人

② 設備工事関係 ………………………………3,018人

③ 機器販売関係 ………………………………6,580人

④ その他 ………………………………………3,308人

(3) 総売上（単位：百万円）〈図1－3〉…………485,927

① 生産部門関係 ………………………………259,402

② 設備工事関係 ………………………………119,471

③ 機器販売関係 ………………………………107,054

(4) 業種別売上高比率〈図1－4〉

………………回答企業214社対象（単位：百万円）

① 飲食店 ………………………………………91,529

※食堂・レストラン、そば・うどん・ラーメン店、すし店、ファーストフード、喫茶店、酒場等

② 宿泊施設 ……………………………………11,372

※ホテル・旅館等

③ 学校・保育所給食 …………………………49,184

④ 弁当給食 ……………………………………12,693

⑤ 病院給食 ……………………………………24,663

⑥ その他 ………………………………………39,238

※食品工場、セントラルキッチン等

(図1-1) 機器取扱別売上割合

(図1-2) 部門別従業員数割合

(図1-3) 総売上

(図1-4) 業種別売上高比率

(5) 輸出売上

輸出企業数	輸出売上（百万円）	総売上に対する割合
36社（36社）	4,592（6,117）	0.94％

（ ）は2010年版

(6) 同一企業の売上推移　（単位：百万円）

対象企業	2008年	2009年	2010年	2011年
201社	451,004	405,491 (89.91％)	378,821 (93.42％)	393,365 (103.84％)
211社		409,864	383,728 (93.62％)	397,166 (103.50％)
232社			393,854	404,463 (102.69％)

（％）は前年比

(7) 就業者数別企業数

就業者(人)＼地区	北海道	東北	関東	東海北陸	関西	中国	四国	九州	合計	％
1～9	4	7	50	16	5	7	2	13	104	41.3
10～19	0	1	20	9	5	4	1	2	42	16.7
20～49	1	0	27	8	9	1	1	1	48	19.0
50～99	0	1	15	6	1	1	1	1	26	10.3
100～199	0	0	1	1	4	0	0	0	6	2.4
200～499	1	0	7	4	2	0	2	3	19	7.5
500～	0	0	5	1	1	0	0	0	7	2.8
全体	6	9	125	45	27	13	7	20	252	100.0

表1　資本金別売上

（単位：社、百万円）

部門別＼資本金	1千万円未満			1～3千万円未満			3～5千万円未満			5千万～1億円未満			1億円以上			全　体
	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上累計
機器単品販売	821	51	16	24,051	199	121	15,330	568	27	18,460	710	26	200,740	5,019	40	259,402
設備工事を伴う機器販売	463	31	15	9,760	110	89	4,961	248	20	5,564	428	13	98,723	3,797	26	119,471
他の厨房事業	254	14	18	7,430	71	104	6,571	274	24	2,616	154	17	90,183	2,909	31	107,054
全　体	1,538	81	19	41,241	315	131	26,862	867	31	26,640	951	28	389,646	9,062	43	485,927

前年対比率（232社対象）

対象企業数	18社	125社	28社	26社	35社	232社
2010年	1,467	39,743	24,996	24,548	303,100	393,854
2011年	1,338	38,955	24,982	23,795	315,393	404,463
前年対比率	91.2%	98.0%	99.9%	96.9%	104.1%	102.7%

表2　総売上高別売上

（単位：社、百万円）

部門別＼売上別	1億円未満			1～2億円未満			2～5億円未満			5～10億円未満			10～20億円未満			20～50億円未満			50～100億円未満			100億円以上		
	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業
機器単品販売	1,288	26	50	3,590	82	44	8,852	167	53	16,255	508	32	16,889	889	19	23,877	1,990	12	39,107	4,345	9	149,544	13,595	11
設備工事を伴う機器販売	674	19	36	1,554	49	32	5,582	147	38	3,479	166	21	6,859	528	13	7,820	869	9	15,785	3,157	5	77,718	8,635	9
他の厨房事業	566	14	41	1,143	33	35	3,729	79	47	3,880	149	26	7,189	378	19	5,813	646	9	16,349	2,044	8	68,385	7,598	9
全　体	2,528	42	60	6,287	137	46	18,163	319	57	23,614	716	33	30,937	1,473	21	37,510	2,679	14	71,241	7,124	10	295,647	26,877	11

前年対比率（232社対象）

（単位：社、百万円）

	1億円未満	1～2億円未満	2～5億円未満	5～10億円未満	10～20億円未満	20～50億円未満	50～100億円未満	100億円以上
2010年	2,686(57社)	6,466(44社)	19,361(56社)	20,648(29社)	24,900(17社)	35,781(13社)	39,261(6社)	244,751(10社)
2011年	2,466(58社)	6,175(45社)	16,877(53社)	21,364(30社)	28,054(19社)	28,229(11社)	39,460(6社)	261,838(10社)
前年対比率	91.8%	95.5%	87.2%	103.5%	112.7%	78.9%	100.5%	107.0%

※（　）内はそれぞれの年度の企業数

図2　部門別売上割合

他の厨房事業 22.0%
機器単品販売 53.4%
設備工事を伴う機器販売 24.6%

図3　総上高別売上割合

表3　就業者別売上

(単位：社、百万円)

部門別＼就業者	1～9人			10～19人			20～49人			50～99人			100～199人			200～499人			500人～		
	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業
機器単品販売	6,535	68	96	7,224	201	36	18,386	409	45	24,595	1,118	22	7,870	1,312	6	59,530	3,307	18	135,262	19,323	7
設備工事を伴う機器販売	4,545	59	77	3,771	151	25	6,385	228	28	8,447	650	13	4,080	1,360	3	42,862	3,572	12	49,381	9,876	5
他の厨房事業	2,731	32	86	3,268	113	29	5,713	146	39	7,008	389	18	3,293	1,098	3	55,571	3,969	14	29,470	5,894	5
全体	13,811	133	104	14,263	340	42	30,484	635	48	40,050	1,540	26	15,243	2,541	6	157,963	8,314	19	214,113	30,588	7

前年対比率（232社対象）

対象企業数	99社	40社	44社	24社	4社	14社	7社
2010年	13,772	12,798	29,372	35,117	7,152	96,540	199,103
2011年	12,636	13,068	28,143	34,470	6,543	95,490	214,113
前年対比率	91.8%	102.1%	95.8%	98.2%	91.5%	98.9%	107.5%

表4　地区別売上

(単位：社、百万円)

部門別＼地区	北海道			東北			関東			東海北陸			関西			中国			四国			九州		
	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業	売上	平均	企業
機器単品販売	4,084	681	6	2,123	265	8	123,929	1,097	113	79,984	1,904	42	33,086	1,323	25	1,447	132	11	1,550	258	6	13,199	695	19
設備工事を伴う機器販売	14	7	2	359	51	7	70,035	898	78	16,595	553	30	22,956	1,208	19	1,145	143	8	5,660	943	6	2,707	208	13
他の厨房事業	1,755	439	4	304	43	7	79,425	794	100	7,894	247	32	10,985	578	19	702	70	10	1,563	313	5	4,426	260	17
全体	5,853	976	6	2,786	310	9	273,389	2,187	125	104,473	2,322	45	67,027	2,482	27	3,294	253	13	8,773	1,253	7	20,332	1,017	20

前年対比率（232社対象）

対象企業数	6社	8社	111社	44社	25社	12社	7社	19社
2010年	5,541	1,940	200,093	101,074	59,531	2,556	7,933	15,186
2011年	5,853	1,935	207,729	101,973	62,982	3,181	8,773	12,037
前年対比率	105.6%	99.7%	103.8%	100.9%	105.8%	124.5%	110.6%	79.3%

※支店･営業所の売上は本社所在地で計上した。

図4　就業者別売上割合

1～9人 2.8%
10～19人 2.9%
20～49人 6.3%
50～99人 8.3%
100～199人 3.1%
200～499人 32.5%
500人～ 44.1%

図5　地区別売上割合

九州支部が西部ガスと合同でセミナーを開催

セミナーの様子

当日は45名が参加した

九州支部は、平成23年11月28日16時より、福岡県福岡市・福新楼で、平成23年度「日本厨房工業会九州支部・西部ガス厨友会合同秋季セミナー」を開催しました。

セミナーでは、西部ガス総合研究所より「業務用厨房の温熱環境に関する研究」を題目に、低輻射ガス機器「涼厨」と従来型又電気式を実際に試験した様子と厨房作業を行う人に対する温熱負荷の説明があり、実際の厨房作業に従事する方の理解が深まったのではないかと思います。

また講演も行い、九州大学名誉教授で現在は西部ガス㈱の顧問としてご活躍されている、渡辺俊行氏を講師として「人と食と台所」を題目に、人と火のかかわりを生活の変化、地域や歴史を紐解きながらのお話があり、参加者一同興味深く耳を傾けていました。

セミナー終了後は懇親会を行い、暫しの歓談を持ち交流ができました。

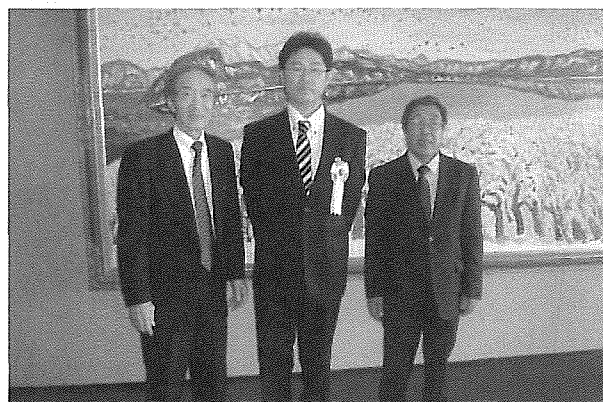
［九州支部支部長　野瀬弘嗣］

関連団体情報

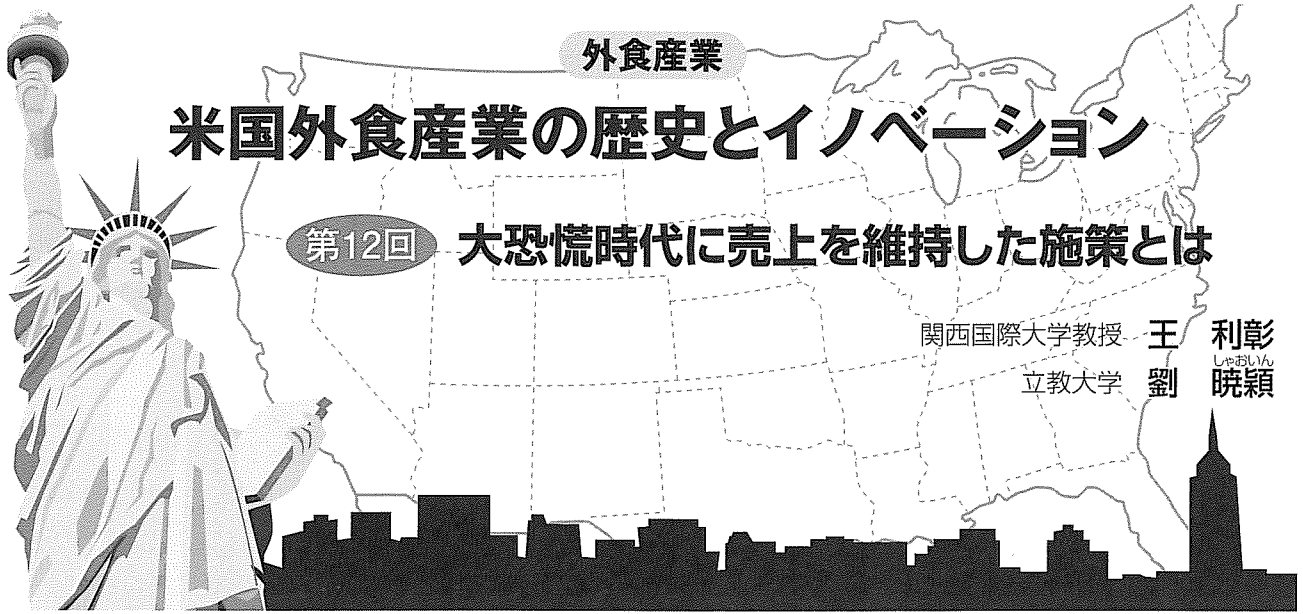
秋田県の大島伸介氏が技能士会推進功労者として表彰される

表彰される大島伸介氏

左より佐々木東北支部理事、大島氏、横山㈲ケーエムイー取締役

平成23年10月31日、第43回秋田県職業能力開発促進大会（職業能力開発関係表彰式）が秋田市文化会館小ホールで開催され、山二環境機材㈱の大島伸介氏が技能士会推進功労者に選ばれ、表彰されました。技能士会推進功労者は地域別・職種別技能士会の役職員または会員として会の発展に寄与し、技能尊重気運の高揚、技能振興事業の普及、推進に貢献のあった方を㈳秋田県技能士会連合会会長が表彰されるものです。

表彰式に臨んだ大島氏は、その後の特別講演「技能が支える日本の技術と文化」（学校法人ものつくり大学・深井和宏建設学科教授）を聞かれた後、工業会東北支部・佐々木理事らの祝福を受けていました。おめでとうございます。

【東北支部理事　佐々木英一】

関西国際大学教授 王 利彰
立教大学 劉 暁穎（しゃおいん）

第十四章

大恐慌時代を乗り切り組織変更を行う

米国の1930年代は大恐慌の厳しい時代であった（1929年10月24日の「暗黒の木曜日、Black Thursday」で株が大暴落して世界不況に発展し、不況は10年ほど継続した）。多くの会社が倒産して困窮に追い込まれる人もいたが、それは大都会の出来事であり、地方都市において商取引は行われていたし、農家も毎年着実に収穫をしていた。

映画や小説、漫画に登場する主人公がハンバーガーを食べる光景が描かれるようになり、ハンバーガーが米国人に認知されるようになった。1929年に登場したポパイ（Popey the Sailor）の漫画には、ポパイの友人役でウインピー（J. Wellington Wimpy）という太り気味の親しみやすいキャラクターが登場し、いつもハンバーガーを食べている役を演じていた。このポパイの漫画の人気が出るにつれ、ハンバーガーの知名度は高まり、米国人はよりハンバーガーを食べるようになっていった。そして、ハンバーガーサンドイッチはこのウインピーの名前をとって、ウインピー・バーガー（Wimpy Burger）と呼ばれるようになった。後にこのウインピーの名前を使ったハンバーガー・チェーンも出てきたほどだ。

大恐慌の時代にもかかわらず、ハンバーガーはアメリカ人の国民食になりつつあり、ニューヨーク市の中心・タイムズスクエアには数多くのハンバーガーを販売する店が軒を並べ、ハンバーガー通りと言われるようになったほどだ。そのハンバーガーの普及により、一人当たりの牛肉消費量は1930年が48.9ポンド（約22kg）に対して1935年には53.2ポンド（約24kg）と、8.8％も増加した。

このハンバーガー人気の高まりは、10年前からハンバーガーを普及していたホワイトキャッスルにとって追い風であったが、同時に前回も述べたように、ホワイトキャッスルを真似する競合店も急速に店舗網を拡大し始めていた。大恐慌と競合の出現にもかかわらず、ホワイトキャッスルは業績を着実に伸ばしていた。1930年末には全店舗合計で、2,100万個のハンバーガーを1年間で販売した。その販売数は、大恐慌の前年よりも多いものであった。1931年には新店舗5店舗を開店し、合計店舗数は16の市に120店舗となっていた。また、新しい従業員51名を採用した。1932年は大恐慌の最も大変な時期であり、第一次世界大戦後に復員した軍人たちが失業し、大戦後に退役軍人たちに政府が交付した恩給（1945年に支払う予定）をすぐに支払ってほしいという大規模なデモ、ボーナス・マーチャーズ（Bonus Marchers）が首都ワシントンで発生し、それを抑えようとして政府が軍隊を派遣して死傷者が出るような大騒動が発生していた。そのような景気

の最中でも、ホワイトキャッスルは1931年と同じ、五つの新店舗を開店した。

しかし自動車工場の多いデトロイトのある店舗は、自動車組立ラインが閉鎖された影響で売上に大打撃を受けていた。イングラムは1933年の４月にウイチタで開催した１年に１回のマネージャー・コンベンションにおいて、大恐慌の影響で売上の伸びは止まっているが、会社は利益を十分に出しており、1933年末までには新店舗を６店舗開店すると楽観的な見通しを発表し、実際に新店舗を開店し、50名の社員を採用した。その年の利益は昨年よりも増加することに成功した。この好調は1934年まで継続し、店舗数は130店舗、従業員は500名、年間の支払総給与は100万ドルに達した。1935年には売上の伸びは停滞していたが利益は順調に出ており、イングラムは「130の店舗は全米の半分の人たちにハンバーガーを提供している」と高らかに宣言した。1937年には1930年の倍の4,000万個のハンバーガーを販売し、従業員数は1929年の297人から1935年の607人と、倍増していた。従業員一人当たりの賃金も増加しており、利益により年末に支払うボーナスも着実に増加した。

この不景気の中でのホワイトキャッスルの成功は、米国人がハンバーガーを好きになったからだけでなく、経営者イングラムの数々の優れた経営戦略のおかげである。イングラムは会社の業績が好調であるにもかかわらず、売上や利益の伸びの停滞を認識し、1933年から35年の間に抜本的な対策を以下のように実施することになった。

1）組織を変更　イングラムは共同経営者のアンダーソンの株式を買い取る。

創業社長であったアンダーソンではあるが、実際の会社の経営はイングラムに任せ、会社のシンボル的な役割を担うだけであった。アンダーソンは数機所有している会社の飛行機に乗り、米国からカナダの国境沿いまで点在する店舗を訪問していた。従業員はその危険な飛行機に乗って店舗の従業員を激励に来るアンダーソンの勇気と親しみやすさに惹かれていた。

しかし1933年春に、会社の半分の株を所有していた共同経営者のアンダーソンはハンバーガービジネスに疲れを感じるようになってきた。当時ウイチタに飛行機産業が成長しつつあり、ハンバーガービジネスより、自分の好きな飛行機産業に興味を持つようになった。そこで全株式をイングラムに34万ドルで売却することにした。この従業員に親しまれていたアンダーソンの退任が従業員に与える影響を恐れたイングラムは、アンダーソン退任を２年間発表しないでいた。

2）本社をオハイオ州コロンバスに移転

1934年７月にオハイオ州コロンバスに土地と建物を購入し、本社を移転することにした。

ウイチタの片田舎から発展した店舗は、カンサス州とニューヨーク州間の11の州、16市に広く展開していた。本社のあるウイチタはその店舗網の西部の端に存在し、当時の交通網や通信網の弱さから、資材の物流やコミュニケーションという経営管理の面で支障を来すようになっていた。イングラムの食肉加工、製パン、建築資材、紙製品を直営工場で製造し店舗に供給する垂直統合型戦略がうまく機能しない状態に陥っていた。特に食材を集中購入して加工すれば原材料価格が安くなるが、本社から店舗までの距離があるため、食材を集中購買できず、各地域で個別に購入する非効率な状態が発生していた。

出身地のウイチタに愛着を持っていたものの、全国チェーンを主張していたイングラムは、片田舎のウイチタに本社があることは問題であると認識するようになっていた。そこで、ホワイトキャッスル店舗網の中心地で、人口の多いオハイオ州コロンバスに注目した。当時のコロンバスには７店舗を既に展開していたが、それらの店舗の売上と収益は大変高かった。その理由はコロンバスがオハイオ州の州都であり、1930年の人口が30万人と人口密度が高く、数多くの大学や短大があるビジネス都市であったからだ。

そのコロンバスでホワイトキャッスルの本社機能を１ヵ所に集めることができる、２階建ての大きな回転扉工場ビル（倒産していた）を見つけ出した。そこで、建物を大幅に改造することにした。まず、空調機器と防音タイル等を備え付けた。次に、１階にエナメル塗装鋼材建築会社の製造ラインを設置し、２階には10の個室と大きな事務室、大型会議室を作り、会計、店舗管理、店舗設計管理の各部署がそれらを使用した。事務所の内装は、黒いマホガニーを使った重厚な作りだった。２階にはさらにペーパーキャップ等の紙製品製造工場を設置した。

本社の建設が完成した1934年９月に、移転を行った。移転にあたっての問題点は、生活環境が良く自然に恵まれたウイチタから、大都会のコロンバスに従業員が転勤をするかということであったが、小さなウイチタに仕事はなく、ほとんどの従業員が転勤を行った。唯一の例外は、店舗運営面でイングラムの片腕であったジミー・キング（Jimmy King）であった。キングは転勤をしようと長男と一緒にコロンバスを見に行ったが、長男の白いシャツが１日で真っ黒に汚れたのを見て、あきらめた。当時のコロンバスの家や工場は、暖房に石炭を使っており、その黒煙が大気を汚染していたからだった。キングは本社勤務をあきらめ、ウイチタの店舗のマネージャーとして勤務することにした。

3）不採算店舗の閉鎖

コロンバスに本社を移転後、イングラムはホワイトキャッスル社の売上は順調に伸びているが、利益の伸びが停滞していることに気が付き、ただちに会社全体の収益改善に取り組んだ。全国に点在している店舗の売上と利益の動向を詳細に分析した結果、利益を順調に出している地域と、会社の利益の足を引っ張る地域があることが判明した。ニューヨーク、ニューアーク、セントルイス、シカゴ等の人口の多い大都市は売上と利益は好調であるが、人口の少ない小都市の売上と利益に問題があることが明らかになった。

特に二つの地域は人口が少なく、売上と利益が少なく、それが会社全体の利益率を低下させていた。その二つの地域とは、ホワイトキャッスルの創業地のウイチタとオマハであった。ウイチタとオマハはホワイトキャッスル店舗網の西部の端にあり、移転した本社のあるコロンバスからは離れすぎていた。愛着のある二つの地域であったが、1936年秋にイングラムはその２地区の全店舗を閉鎖し、看板と什器備品を取り去り飲食業以外の企業に売却することを決定し、1938年６月に全店舗を閉鎖することになった。しかしウイチタに残ることを決めたキングが、イングラムにウイチタの４店舗を買い取ると申し出た。イングラムは店舗の外観と店舗名を変更し、ホワイトキャッスル社とは一切の関わりがないように経営をするという条件で、キングに店舗売却をした。キングは受け継いだ店舗で働いていた従来の従業員をそのまま受け継ぎ、店名をキングのX（Kings-X）と変更した。

しかし、運営する人のいないオマハの店舗は1938年末までに全店舗閉鎖を行わざるを得なかった。

4）食材や建築資材、消耗品の垂直統合生産

不採算店舗の閉鎖の他に、会社の収益改善のため従来から取り組んでいた、食肉加工、製パン、建築資材、紙製品を直営工場で製造し店舗に供給する垂直統合型戦略を強化することにした。食肉加工と製パンを直営工場で行うことは、高い品質の原材料を低コストで店舗に供給できることが1920年代から分かっており徐々に実施していたが、コロンバスに大型の本社ビルを確保したことで、その強化が可能になった。それまでは工場が各地に点在して効率が悪かったが、コロンバス１ヵ所にまとめることで管理が容易になり、収益率もより高くなった。その結果、紙製品とエナメル塗装鋼材建築会社の２社はホワイトキャッスルに資材を供給するだけでなく、競合以外の業種に資材を販売し、単独で高い収益を上げることができるようになった。

紙製品の工場は、ペーパーキャップの製造から始まった。この特許を取ったペーパーキャップの製造には、専用の製造機械の開発が必要であり、シェイファー・アンド・ウイルツ（Shaffer and Wirtz）という機械開発の会社と提携して、その会社の共同経営者のフランク・ウイルツ（Frank H.Wirtz）が陣頭指揮をとって２年間の歳月をかけて開発を行い、専用の機械を1930年５月に完成させた。この機械は日産数百枚のペーパーキャップを製造することができ、新しい産業の誕生を感じ取ったウイルツはホワイトキャッスル社の子会社ペーパーリネン社（Paperlynen Company）の最初の役員となり、1932年３月にウイスコンシン州グリーンベイ（Green Bay, Wisconsin）に工場を建設した。２年後の1934年９月に本社のあるコロンバスに工場を移転した。移転と同時に生産能力を増強し、ペーパーキャップの他に紙のナプキン、ボール紙製のハンバーガー容器、その他の紙製品をホワイトキャッスルに供給するようになった。

それらの製品は高い評価を受け、ペーパーキャップ等の紙製品をコカ・コーラ、スイフト（Swift、食肉メーカー）、ボーデン（Borden、乳製品メーカー）、クローガー（Kroger Grocery、食品スーパー）、

ハインツ（H. J. Heinz、缶詰食品メーカー）、クラフトチーズ（Kraft-Phoenix Cheese）、セイフウェイ（Safeway、食品スーパー）、ワンダー（Wonder、製パン業者）、ドクター・ペッパー（Dr.Pepper、清涼飲料水）等の食品関連企業に販売するようになった。ペーパーキャップはそれらの企業の要望に合わせて、会社のロゴや色、店名を印刷するようにした。しかしペーパーキャップは男性向けであり女性が使いづらかったので、1935年に紙製のヘヤー・バンドを新たに開発した。このペーパーキャップとペーパー・ヘヤー・バンドは大人気となり、全米の1,600の企業に販売するようになり、大恐慌の厳しい経済状況の中で、親会社のホワイトキャッスルの収益面で貢献することになった。

ホワイトキャッスルは1925年の新店舗から白い琺瑯（ほうろう）でコーティングした鉄製ブロック（enamel brick）を使った、移動可能な組み立て式の建物を採用しだした。この部門の陣頭指揮をとっていたのがロイド・レイ（Lloyd W.Ray）だ。当初は自社の新店舗や改装が中心であったが、建築資材としての優れた能力に注目したイングラムは、建築部門をエナメル塗装建築物会社（Porcelain Steel Building Company、略してPSB）として独立させ、専門誌に広告を掲載し幅広く販売することにした。PSBは1935年にコロンバスの本社ビルに移転した。陣頭指揮をとっていたレイは現場指揮にとどまることを希望し、紙製品会社取締役のウイルツが２社の責任者に就任した。

PSBは同社の建築資材は、購入する際も、後でのメンテナンスにおいても安価であることと、白いエナメル塗装は清掃しやすく清潔であること、組み立て式であるので店舗の移転も容易であることなどを強調して広告宣伝を行った。販売先はサービス業や販売業、レストランなどであったが、この移動式の琺瑯製建築物に注目したのは、自動車産業の隆盛と共に増加していたガソリンスタンドであった。白い輝く琺瑯塗装は通行する自動車の運転手の注目度が高く、清掃性も容易だし、ガソリンスタンドの移転の際も容易だったので、全米数百店舗のガソリンスタンドで採用されるようになった。

5）マーケティング手法の開発

〈1〉新聞広告とクーポンにより新規顧客を獲得する

1921年にウイチタで１号店を出店してから10年ほどの間のマーケティング手法は、新規出店、店頭看板、そして口コミであった。イングラムはそれに加えて、店舗でハンバーガーの栄養価などを訴えた小冊子を既存の顧客に配布するようにした。小冊子の目的はハンバーガーの栄養価が高いことなどを訴え、既存の顧客をつなぎとめるものであった。この小冊子は有効なマーケティング手段ではあったが、ホワイトキャッスルを利用したことのない客を獲得することはできないという欠点があった。

1920年代中頃までは新聞・雑誌、ラジオを使う大規模なマーケティング手法は一般的でなかった。1927年にイングラムは、セントルイスで地元のラジオ局（KMOX）を使ってラジオ・コマーシャルを流したが、店舗の売上には貢献しなかった。

1930年の初頭になると大恐慌や競合の影響でホワイトキャッスルは新規顧客の獲得が難しくなり、売上の伸びが止まるようになってきた。イングラムは売上を伸ばすためには利用したことのない客に１回ホワイトキャッスルのハンバーガーを食べさせることができれば、固定客になると確信していた。

1920年代には大手食品スーパーのクローガー（Kroger）は地元の新聞を使い、安売り商品を広告し、新規顧客を獲得する戦略を米国で最初に取り入れるようになっており、1920年代の終わりには全米の食品スーパーで同様の新聞広告戦略を取るようになっていた。その成功を観察していたイングラムは1933年６月に新聞を使い、ハンバーガー割引の告知広告を全店で実施することにした。新聞広告には通常価格１個５セントのハンバーガーを持ち帰りの場合、５個で10セント（five for dime）という大幅な割引価格（有効期間１週間）のクーポン券を印刷した。この値段ではホワイトキャッスルはハンバーガー１個につき２セントの赤字を出すことになるのだったが、イングラムは赤字を出してもこれで新しい顧客を数多く獲得すれば、赤字の元は取れると考えた。

広告では割引セールの開始は翌日の午後２時からであり、広告宣伝分野のコンサルタントが広告の効果はあるがそんなに大規模なものではないとアドバイスをしたので、各店は食材のストックを若干増やすだけで対応することにした。

しかし、各店の従業員は割引セール開始の数時間前には、既に顧客が数十メートルも並び出していると本社に報告をするようになった。割引セールの開

始後１時間でハンバーガーの品切れを起こし、慌てて食材倉庫に食材を取りに行く店も出るほどの大成功であった。イングラムの想定通り、この広告でホワイトキャッスルを利用したことのない新規顧客を獲得することに成功し、翌年の夏も同様の割引セールを実施することにした。

５月には２週間の５個で10セント（five for dime）の割引セールを実施し、同じような大成功を収めた。今回は前回の品切れに懲りて、店舗は十分な資材と従業員の準備を行い、スムーズに顧客サービスを実施できた。赤字が出る割引セールは新規顧客の獲得に有効であり、ホワイトキャッスルの長期的な売上に貢献した。

ホワイトキャッスルが最初に新聞広告を使った割引セールのマーケティング手法は米国のファストフード業界で初であり、後に参入する多くのファストフード企業が取り入れるようになった。

〈2〉客層を労働者階級からホワイトカラーなどの中間所得層に拡大する

ホワイトキャッスルの当初の顧客層は男性を中心とした労働者階級であり、出店エリアは工場や労働者が利用するバスや市電の駅周辺が中心であった。しかし、1930年代の不況によりその労働者階級がレイオフされ、失業率が上昇するようになった。主要な顧客層が減少するだけでなく、失業した工場労働者達が生活のために始める簡単な屋台の店舗（アンダーソンが最初に経営したような簡単なハンバーガーショップ）が増えるようになり、競合が増加した。その結果、ホワイトキャッスルの競合であるキューピー等は400店舗まで拡大した店舗の半分を閉鎖する苦境に陥り、労働者階級向けの市内の店舗を閉鎖し、自動車の普及を見て、郊外にドライブイン店舗展開を行うようになった。

そのような状況の中でイングラムは顧客層を労働者階級から中産階級、特に中産階級夫人に広げることを考えた。イングラムは中産階級夫人が食肉業界の労働環境と品質のひどさを書いたシンクレアー（Upton Sinclair）執筆の『ジャングル』（The Jungle、1906年に米国に移民した家族の悲惨な生活を取材に基づいて書いた小説で、シカゴの食肉業界の汚職や非衛生で危険な環境を述べており、食肉業界の暗部を米国人に知らしめた）という本を読んでおり、ひき肉を使ったハンバーガーの品質は酷いものであると思っていることを知っていた。

イングラムは店舗の清潔さや自ら製造するミートパティとバンズを使った最高品質のハンバーガーに自信を持っており、その品質を中産階級夫人に知らしめれば、新しい顧客層が開拓できると考えていた。そこで注目したのが、1920年代の大手食品メーカーの広報戦略であった。この時代には大手企業が会社のPRのためにペンネームを使うパブリシティ専門の従業員を採用するのが一般的になってきており、大手の食品メーカーも企業をPRするパブリシティ専門家を採用していた。

1921年にこの戦略を初めて採用したのは、大手製粉・製菓のゼネラルミルズ社（General Mills。当時はウォッシュバーン・クロスビー、Washburn Crosbyという製粉・製菓の会社であり、1921年に五つの製粉・製菓の会社が合併してゼネラルミルズになった）だった。ゼネラルミルズ社は、製品のパンに使う漂白した小麦粉は、漂白することにより栄養素が失われるという消費者のネガティブなイメージに困っていた。そこで、ベティ・クロッカー（Betty Crocker。ウォッシュバーン・クロスビー、Washburn Crosby社の取締役のCrockerから命名された）という、白髪の中年女性のキャラクターを造り上げた。クロッカーはゼネラルミルズの製品を使った調理本の執筆や、ラジオのレギュラー調理番組出演を行わせ、同社の製品は栄養がありおいしく調理ができる、と広報活動を行った。

同社の広報や印刷物の作成者としてベティ・クロッカー名を使うようにして、クロッカーを会社の全面的なスポークスウーマンに仕立て上げた（注：ベティ・クロッカーの調理本は現在でも数多く販売されており、米国の各家庭に１冊はあるほど普及している、大成功の広報活動である）。クロッカーはハリウッドのスターたちと料理を作ったり、栄養専門家と栄養問題を語ったりして、ゼネラルミルズ社の製品を普及するのに大きな貢献をした。

全米缶詰協会（The National Association of Canners）はシカゴ大学の家政学教授のルース・アトウォーター（Ruth Atwater）を缶詰業界のスポークス・パーソンに採用した。家庭の主婦が缶詰は高温で殺菌するため栄養価がなくなっていると思っていたので、栄養価は通常の生の食材を使って料理をした家庭の食事と同じであり、フルーツや野菜類の缶詰は砂糖を調味料で使うので、栄養価は高く衛生的で安全な

保存食品であると、全米の主婦団体などに訴えていった。

これらの食品企業や団体のペンネームを使った企業の広報活動は大成功で売上を大幅に伸ばすようになっていた。その効果を観察していたイングラムは、同じようなペンネームを使うホステスのプログラムを開始することにしたのだった。

1932年7月にエラ・ルイーズ・アグニール（Ella Louise Agniel）を採用し、新しく作ったホワイトキャッスル・ホステス（White Castle hostess）という仕事に従事させることにした。アグニールはシカゴに本社を構えるイリノイ中央鉄道（Illinois Central Railroad）、シアトルのグレートウエスターン精錬社（Great Western Smelting Company）、ニューヨークのマーチャント・ナビゲーション社（Merchant's Navigation Company）、ニューメキシコ州の法律事務所等の企業でいろいろな秘書業務の経験がある、社交的で自信満々の女性だった。食品会社で働いた経験はなかったが、主婦として家庭で調理している経験と仕事での対外折衝能力を評価されて採用された。アグニールはホワイトキャッスル社では本名を使わず、ジュリア・ジョイス（Julia Joyce）というペンネームを使うように指示を受け、社内の数人しか彼女の本名や経歴を知らないようにされた。

ジョイスの仕事は、全米の中産階級の主婦層に、ホワイトキャッスルのハンバーガーは高品質で栄養価が高い安全な食事であると認識させることであった。全米を歩き回り、各地の主婦団体やチャリティ団体で講演を行うことにした。講演でジョイスは「最初のうちはハンバーガーの品質に問題があると感じていたが、段々その品質が高いことが分かってきた」と自身の経験を語るようにした。次に「ホワイトキャッスル社のハンバーガーはビタミンもカルシウムもタンパク質も豊富なので、体に良い。ただし、ホワイトキャッスルの店舗は7席程度のカウンター席しかないので家族連れには向かないから、持ち帰りが最適だ」と教育していった。講演の最後には最高品質のハンバーガーを清潔な店舗で提供するというイングラムの企業理念を紹介し、ホワイトキャッスルの企業イメージを高めるようにした。講演にはハンバーガーを持ち込み、食べたことのない主婦たちにおいしいハンバーガーの試食をさせた。

講演に参加した主婦たちには自らの目で店舗の清潔さや品質の高さを確認するために、近所のホワイトキャッスル店舗を訪問しチェックをすることを勧めた。ジョイスが店舗で気に入って強調したのは、カウンター下に設置した自動皿洗い機で食器やコーヒーカップ、調理器具を洗うので、衛生的でピカピカに輝いていることであった。ジョイスは店舗を訪問した主婦たちにホワイトキャッスル・ハンバーガーの品質の高さを強調し、ハンバーガーと他の食品をどのように組み合わせれば栄養価がさらに高くなるかを述べた小冊子を配布した。

このジョイスの活動により、中間所得層主婦たちのホワイトキャッスル・ハンバーガーに対する信頼感は徐々に高まるようになった。ジョイスの活動はホワイトキャッスル・ハンバーガーの品質のイメージを高めるだけでなく、会社の対外活動すべての面での活動でも、会社のスポースクウーマンの役割を務めることであった。1932年にコロンバスで開催された年末の救世軍資金活動では、地区のホワイトキャッスルの従業員と共に参加して、貧しい人たちに無料のハンバーガーを配布するなどのチャリティ活動に取り組んだ。1935年にはデトロイトで開催された救世軍のチャリティ活動で数百のハンバーガーを貧しい子供や女性たちに配布した。現在では多くの外食企業がチャリティ活動に取り組んでいるが、ホワイトキャッスルが、10年以上も前に最初にチャリティ活動に取り組んだ外食企業だったのだ。

中産階級主婦へのパブリシティの10年ほど前からホワイトキャッスルはミネソタ大学、オハイオ州立大学、ネブラスカ大学等の各市の大学や短大の近所に店舗を開店して、大学生達を顧客にするようにしていた。その学生が大学を卒業するとホワイトカラーのビジネスマンになるのが一般的であり、彼らが結婚をして中産階級となり、夫婦と子どもで店舗に来店するようになったのも、中産階級獲得に大きく貢献していたのだった。

1937年には外食業界団体の全米レストラン協会（National Restaurant Association）の会長のクラーク（R.D. Clark）が「ハンバーガーはアップルパイとコーヒーと並んで米国人の国民食となった」と宣言し、ハンバーガーが真の米国を代表する料理として認められたのだった。

これらのイングラムの努力により、大恐慌の時代にもかかわらずホワイトキャッスルの業績は高く維

持できた。ホワイトキャッスルは創業時よりハンバーガー、コカ・コーラ、コーヒー、パイ、ペイストリー、バターミルク等、メニューを絞り込んでいたが、顧客の好みが変化するのを観察し、顧客が肉を２枚入れたハンバーガーを要求するようになれば、ダブルハンバーガーを販売したり、自動車の普及を見て1935年には顧客が車に乗ったままハンバーガーを注文できるカーブ・サービス（curb service）を始めたり、車客が店舗を見つけやすいように道路際に40フィート角（約12m角）の大きな野立看板を設置するなど、顧客の要望に応える努力もしていたことを見逃してはいけないだろう。

それらの努力の結果、他の競合が倒産する中で、ホワイトキャッスルの1937年の売上と利益は過去最高の記録を打ち立てたのだった。そしてイングラムのたった一人の息子のエドガー・イングラム２世（Edgar Ingram）が外食やホテルの教育に強い名門校コーネル大学を卒業し、ホワイトキャッスルに入社。イングラムをはじめ、誰もが1940年代はホワイトキャッスルの黄金時代を迎えると確信をしていた。

■参考文献

Mariani, John F.(1991) *America Eats Out: An Illustrated History of Restaurants, Taverns, Coffee Shops, Speakeasies, and Other Establishments That Have Fed Us for 350 Years* William Morrow and Company, Inc. New York

Pillsbury, Richard.(1990) *From Boarding House to Bistro: The American Restaurant Then and Now* Unwin Hyman, Inc.

Fried, Stephen.(2010) *Appetite for America* Bantam Books

Tennyson Jeffrey(1993) *Hamburger Heaven: The Illustrated History of the Hamburger* Hyperion Publishers

Hogan, David Gerard(1997) *Selling'em by the Sack* New York University Press

工業会だより

12月20日～１月20日

12. 20 平成23年度第５回グリス除去装置評定委員会。倉渕委員長、植木、河西各委員、矢田代理（中村委員）、椎名オブザーバー、若杉専務理事、由利事務局次長、吉野職員。（厨房機器会館６階会議室）

1. 7 キッチン・バス工業会平成24年新春賀詞交歓会。寺内事務局長、由利事務局次長。（東京会館・ロイヤルルーム）

1. 10 ㈳日本食品衛生協会新春賀詞交歓会。若杉専務理事。（明治記念館・蓬莱の間）

1. 10 日本製パン製菓機械工業会新春賀詞交歓会。寺内事務局長、由利事務局次長。（KKRホテル東京・瑞宝の間）

1. 11 ㈳日本能率協会新春の集い。若杉専務理事、寺内事務局長。（東京プリンスホテル・鳳凰の間）

1. 12 ㈳日本弁当サービス協会新年賀詞交歓会。福島会長、若杉専務理事、寺内事務局長。（東京ガーデンパレス）

1. 13 ㈳日本外食品卸協会 全国給食事業協同組合連合会 平成24年業務用食材卸業合同賀詞交歓会。福島会長、寺内事務局長。（帝国ホテル・富士の間）

1. 13 ㈳日本冷凍空調工業会新年賀詞交歓会。福島会長、若杉専務理事。（ホテルラフォーレ東京・御殿山ホール「左近の間」）

1. 16 ㈳日本食品機械工業会賀詞交歓会。若杉専務理事、寺内事務局長。（東京プリンスホテル）

1. 17 ㈳日本メディカル給食協会新年賀詞交歓会。若杉専務理事、寺内事務局長。（東京會舘・ロイヤルルーム）

1. 17 ㈳日本フードサービス協会ジェフ賀詞交歓会。福島会長、若杉専務理事。（ホテルオークラ東京・アスコットホール）

1. 18 当工業会・関東厨房機器協同組合共催2012年新春賀詞交歓会。（ホテルインターコンチネンタル東京ベイ・ウィラード）

1. 19 公益社団法人日本給食サービス協会新年賀詞交換会。福島会長、若杉専務理事、寺内事務局長。（東海大学校友会館・阿蘇の間）

1. 20 ㈳国際観光日本レストラン協会新年賀詞交換会。若杉専務理事、寺内事務局長。（八芳園・ニュイ）

1. 20 第６回創立50周年記念事業プロジェクトチーム検討会。上野、尾崎、中川各常任理事、細山理事、若杉専務理事、寺内事務局長、由利次長、渋木職員。（厨房機器会館６階会議室）

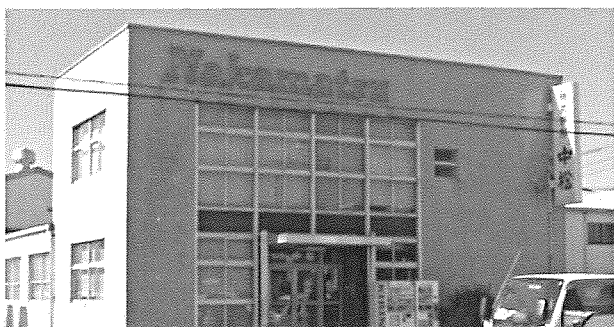
支部	会員No.
東海北陸	328

株式会社中松

40年の経験と実績を基に、大量調理分野で顧客ニーズに応える総合厨房設備業。

代表取締役社長
岡崎　敏明

――貴社設立のきっかけについてお教えください。

前身の創業者である加藤喜一郎が学校給食の普及に着目し、㈱中西製作所さまの販売代理店として、本格的に厨房機器の販売をスタートさせました。以来、一貫して学校給食、病院給食、事業所給食等、いわゆる大量調理分野での調理室の設計に技術力を発揮し、静岡県内を中心に幅広く事業展開をして参りました。その間、食産業の変遷の中にあって衛生管理基準の厳格化、あるいは食事サービスの向上への取り組みなど、社会環境の変化を的確に捉え、調理設備の進歩に貢献をして参りました。また、近年は社会全体の景気の変化の中、環境対策、コスト縮減等への取り組みを強化しており、総合的な提案力の強化に力を入れて事業展開しております。

本社全景

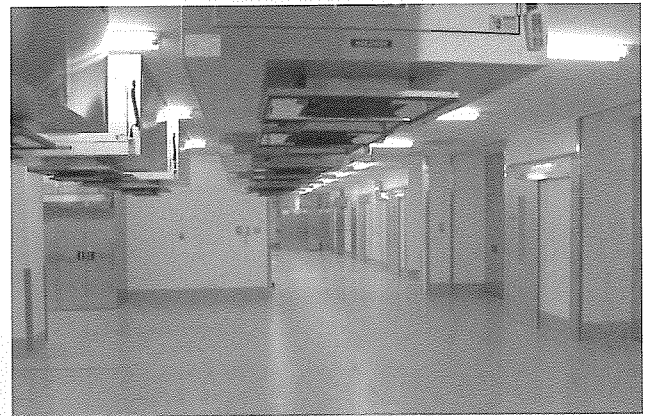
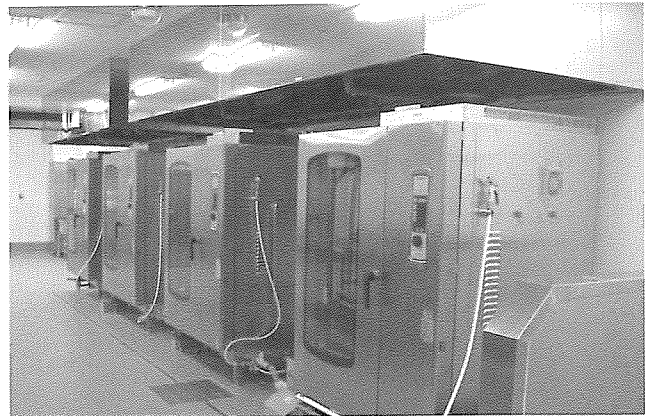
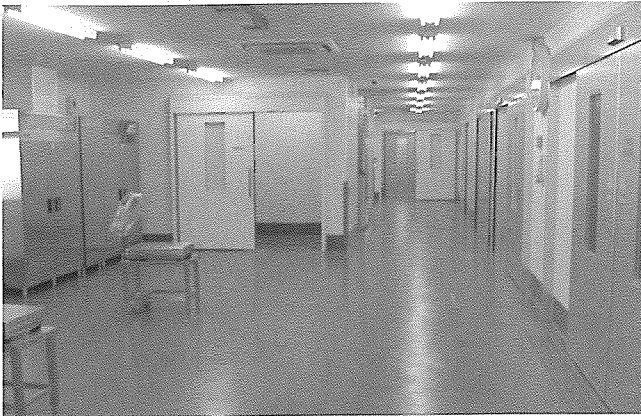
――提供している製品・サービスについてお願い致します。

私どもは製造部門を持たず、販売会社としてお客さまのニーズに向き合っております。従ってその特徴を十分に認識して、顧客満足度を高めていく体制作りに力を入れております。

・最高レベルの技術提案力を発揮し、設計力、商品構成力の研鑽を通じて、施設における食事提供サービスの向上に貢献できる機器やシステムを選定し、提供しています。
・設備の長寿命化を考え、少しでも長くご使用いただけるよう、保守管理契約をはじめとした維持管理への貢献可能なサービス体制を整えております。
・調理技術に対するご要望や質問に対して専門的な見地からサポートさせていただき、ふさわしい機器や設備の提案をさせていただいております。

――貴社のセールスポイントについてお願い致します。

私どもは地元企業として少数精鋭の下、社員のほとんどが厨房設備施工一級技能士資格を有し、高いレベルでのサービス提供に努めております。

厨房設計施工においては、関連する建築や設備工事との密な連携が必須となりますが、特にその点に

最近施工した1万食規模の学校給食センター

おいてお客さまの手となり足となって、運用後の調理業務がスムーズに行えるよう、例えばスイッチ一つの設置位置に至るまで、しっかりと反映できる提案を心がけております。

近年は機器のライフサイクルコスト（LCC）の縮減をテーマに、機種選定から定期点検サービス、修理対応等への取り組みを重視しており、予防的なメンテナンスを提案し、お客さまの負担を軽減できるよう努力しております。

また、新しい食事サービスの導入に対応できる設備を提案するため、専任の管理栄養士を擁し、たとえばソフト食やなめらか食に対応した調理設備の提供や調理法に対するサポート業務も行うなど、常に最新のテーマを深く掘り下げる姿勢を特徴にして、業務に取り組んでおります。

――工業会、厨房業界についてのご意見や今後の抱負をお願い致します。

調理を行っている現場は、さまざまな新しい課題に直面しています。食品の安全性の確保や、調理施設の安全性の確保など食にかかわる社会環境が目まぐるしく変化していく昨今にあって、業界全体の一貫した取り組みが今まで以上に求められていると感じます。

製品開発はもとより、顧客に接する業界関係者の設計・施工・サービス等、技術力の向上こそが業界の発展に欠かせないものと考えますので、今後、製造業と設備業の両者の連携がより円滑に図れるよう、特に設備業への取り組みを強化していただけるよう期待致します。

●設　立
昭和45年12月24日　株式会社設立
●代表者
岡崎敏明
●資本金
2,000万円
●従業員
16名
●業種
厨房設備設計販売施工、フードサービスシステム販売、食器調理道具類販売、その他関連設備施工
●主要取引先
国県市町等自治体、社会福祉施設、病院、弁当惣菜各社等
●本社
〒422-8037　静岡県静岡市駿河区下島430－2
TEL054-237-6291　FAX054-237-5137
●支店
〒430-0845　静岡県浜松市南区中田島町484
TEL053-441-3725　FAX053-442-3002
●URL
http//www.nakamatsu-w.co.jp

最新外食トレンド2012

No.2 食の外部化率・外食率について ～国民経済計算17年基準改定に伴う変更

(財)食の安全・安心財団
附属機関　外食産業総合調査研究センター
研究員　**松﨑　俊**

1. はじめに

平成23年12月26日に、内閣府から平成22年の国民経済計算フロー編の確報値が公表された。今回、平成12年基準から平成17年基準への基準改定があり、当財団の“外食産業市場規模推計値”を使った「食の外部化率」でも国民経済計算での「食料・非アルコール飲料支出」等の数値をベースにしており、遡って修正を加えることになった。

今回は、公表された「国民経済計算」の公表値を基に、食の外部化率・外食率の推移と共に、その修正・変更状況について見ていきたい。

2. 平成22年食の外部化率・外食率について

○平成22年　家計の目的別最終消費支出の概要

国民経済計算ではこれまで平成12年基準による推計を行ってきたが、平成22年の国民経済計算確報から、「平成17年産業連関表」「平成17年国勢調査」等の基礎統計を反映させた平成17年基準への改定が行われた。

この結果、平成22年の家計の最終消費支出（名目・暦年）は総額278兆3,509億円（持ち家の帰属家賃含む）となり、前年と比べ0.8％の増加となった。

消費支出（12区分）で最も大きい比率を占めたのは「住居・電気・ガス・水道」（25.4％）で、次いで「食料・非アルコール飲料」（13.7％）が多くなっている。また、目的別の寄与度について見ると、平成22年はプラスに寄与する項目が増える中で、「食料・非アルコール飲料」、「アルコール飲料・たばこ」、「外食・宿泊」など食関係の項目はマイナスとなった。

○基準年変更に伴う修正について

基準改定について平たく言うと、これまでは平成12年段階での各種資料によって実態を反映させた基準を使って推計作業を行っていたものを、平成17年段階での実態を反映させた基準に変更したということである。従って、各項目の実額水準は平成17年段階の実態を基準にするため調整されるが、寄与度や増減率など経年変化は大きく変化しない。

平成21年でその状況を見ると、基準改定によって「食料・非アルコール飲料」「アルコール飲料・たばこ」の実数は１～２兆円程度（約６～10％減）少なくなっているが、寄与度はそれほど大きな変化はなく、全般的には平成12年基準とほぼ同様の傾

	実数		寄与度		構成比	実数(参考)	寄与度(参考)
	平成21年	平成22年	平成21年	平成22年	平成22年	平成21年(12年基準)	
	(億円)	(億円)	(%)	(%)	(%)	(億円)	(%)
1.食料・非アルコール飲料	384,599	381,155	▲0.1	▲0.1	13.7	408,962	▲0.4
2.アルコール飲料・たばこ	74,354	71,084	▲0.0	▲0.1	2.6	82,828	▲0.0
3.被服・履物	94,884	90,686	▲0.0	▲0.2	3.3	93,937	▲0.2
4.住居・電気・ガス・水道	700,300	706,218	▲0.3	0.2	25.4	694,268	▲0.3
5.家具・家庭用機器・家事サービス	107,177	108,411	▲0.2	0.0	3.9	95,479	▲0.2
6.保健・医療	118,654	124,498	0.2	0.2	4.5	124,001	0.1
7.交通	293,971	308,356	▲1.2	0.5	11.1	275,273	▲1.6
8.通信	80,812	83,057	0.1	0.1	3.0	96,090	0.1
9.娯楽・レジャー・文化	283,106	288,561	▲0.6	0.2	10.4	280,810	▲0.5
10.教育	62,978	59,996	▲0.0	▲0.1	2.2	61,258	▲0.0
11.外食・宿泊	183,450	183,356	▲0.2	▲0.0	6.6	214,716	▲0.4
12.その他	377,246	378,130	▲0.7	0.0	13.6	297,076	▲0.6
国内家計最終消費支出	2,761,530	2,783,509	▲3.1	0.8	100.0	2,724,695	▲4.0

表1　家計の目的別最終消費支出（暦年、名目）
資料：内閣府「国民経済計算」

		平成20年	平成21年	平成22年
食料・非アルコール飲料(1)	(億円)	386,859	384,599	381,155
アルコール飲料・たばこ(2)	(億円)	74,788	74,354	71,084
食料・飲料・煙草(3)＝(1)＋(2)	(億円)	461,647	458,953	452,239
たばこ販売額(4)	(億円)	37,762	35,845	34,991
家計の食料飲料支出額(5)＝(3)－(4)	(億円)	423,885	423,108	417,248
外食市場規模(6)	(億円)	245,068	236,454	236,450
広義の外食市場規模(7)	(億円)	300,381	292,136	293,609
全国の食料・飲料支出額(8)＝(5)＋(6)	(億円)	668,953	659,562	653,698
外食率(6)/(8)	(%)	36.6	35.9	36.2
食の外部化率(7)/(8)	(%)	44.9	44.3	44.9
(内訳)				
外　食　(6)	(億円)	245,068	236,454	236,450
中　食　(7)－(6)	(億円)	55,313	55,682	57,159
内　食	(億円)	368,572	367,426	360,089
全　体(8)	(億円)	668,953	659,562	653,698
(前年比)				
外　食	(%)	▲0.3	▲3.5	▲0.0
中　食	(%)	▲2.2	0.7	2.7
内　食	(%)	0.5	▲0.3	▲2.0
全　体	(%)	▲0.0	▲1.4	▲0.9

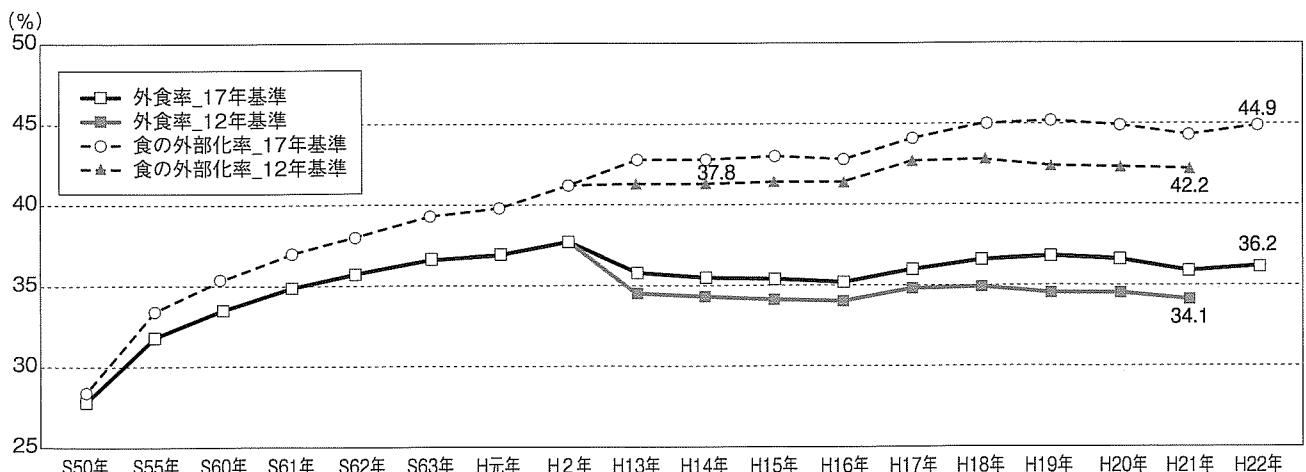
表2　食料飲料支出及び外食率、外部化率

資料：(1)　(2)　は内閣府「国民経済計算」(暦年、名目)
(4)　は日本たばこ協会調べによる煙草販売実績（定価代金）であり輸入品を含む
(6)、(7)　は外食産業総合調査研究センターの推計による。(企業の外食支出を含む)
平成20年、21年、22年の数値は平成23年5月時点の推計値である。
注：(4) たばこ販売額については、従来年度資料しか公表されていなかったが、19年以降、四半期の資料が利用可能となったため、今回19年以降は暦年データに修正している。

向となっている。

3.　食の外部化率、外食率の動向

外食率、外部化率の作成の際には、これらのデータ等を使って分母となる「全体の食料・飲料支出」を推計し、分子には当センターの外食産業市場規模推計値を使用している（表2）。

まず、平成22年の食料・飲料支出全体は65兆3,698億円で前年比▲0.9％と、2年連続の減少となった。うち外食支出は23兆6,450億円（前年比0.0％減)、中食支出は5兆7,159億円（同2.7％増）と推計されるため、それ以外の内食支出については36兆89億円（同2.0％減）と推計された。食料飲料支出全体が減少する中で、内食、外食支出は減少、中食支出だけ増加となった。

次に、基準年次の変更の伴う外食率、外部化率の変化について見ると、図1のようになる。

食関連の家計の目的別最終消費支出の平成17年基準が引き下がったことにより、相対的に外食・中食の比率が上がる結果となった。これにより、平成22年の食の外部化率は44.9％、外食率は36.2％となった。ここ数年やや横ばい傾向で推移していた食の外部化率は、平成17年基準の新しい推計で見ると、実際には上昇傾向であり、中食の伸長を中心に、食の外部化は進んでいたことがうかがわれた。

また、ここ数年やや低下傾向にあった外食率は、平成17年基準で考えると、横ばい傾向で推移していたことがうかがわれた。

4.　おわりに

以上、国民経済計算の「家計の目的別最終消費支出」の平成17年基準改定に伴う、食の外部化率、外食率の変更とその推移について見てきた。

新しい基準では、食料・飲料支出全体は思ったほど規模がなかったことが分かり、相対的に食の外部化が進んでいた実態がうかがえた。

今回は平成22年までの数値であったが、総務省の「家計調査」の結果を見ると、平成23年中は「中食」は引き続き拡大している傾向がうかがえるため、平成23年についても食の外部化は進むと考えられる。

図1　外食率と食の外部化率の推移

【1】12月の相談受付の概要

(1) 受付件数

受付件数は47件で前年同月の106件に対して44％。

(2) 特　徴

◇事故クレームは、石油ファンヒーター点検中の火災発生等５件。

◇品質クレームは、ガス給湯器の基板焦損で基板交換後再発。短期間の再発に苦情等２件。

◇一般相談は、石油ストーブの消火不良について等５件。

◇問い合わせは、人から貰い受けた石油ストーブを４～５年使用していないが、使用にあたりどうしたらよいか等35件。

【2】受付実績合計

(単位：件数)

相談者／内容	事故クレーム	品質クレーム	一般相談	問い合わせ	合計(構成比)
消　費　者	3	0	0	24	27(57)
事　業　者	1	0	1	5	7(15)
行政・司法	1	2	4	6	13(28)
そ　の　他	0	0	0	0	0(0)
合計(構成比)	5(11)	2(4)	5(11)	35(74)	47(100)

注）昨年同月実績　合計106件　事故16件

【3】主な関係行事

(1) 委員会：がん具煙火安全管理委員会（日本煙火協会事務局会議室　12／８）

(2) 交換会：韓国ガス安全公社との情報交換会（ガス石油機器会館　7F会議室　12／21）

【事故クレーム】

①石油ファンヒーターの点検中、火災発生

◇使用４年の石油ファンヒーターの点検を点検業者に依頼したところ、点検中に火災が発生、自宅１階の半分と２階の１部が燃えた。現在当該品は科捜研で調査中。消防、警察の現場検証済み。販売・設置業者、点検業者、メーカーの３者は責任のなすり合いで損害賠償の話が一向に進まない。消費生活センターの紹介で、PLセンターが救済してくれるとのことで、力になってほしい。

◆当事者双方の了解があれば対応可能。事実関係を調査するので、メンテ会社や当該メーカー名及び担当者名等を教えて貰うよう要請したが、いまだ連絡がない。

②屋外式ガス給湯器で壁が焦損

◇20年前に設置した屋外式ガス給湯器が点火しなくなったので、修理業者に見て貰ったが、部品がないので、器具を取り替えることになり取り外したところ、コンクリートの外壁の表面にあった耐火石膏ボードが白くヒビ割れ、中のビニールまで見える状態であった。事故品のメーカー調査結果の報告書では、「結露」が原因とあり、「安全装置」が働いたと言っているが、器具に不具合があるからだと本人は不服。被害者の言い分は、①20年も使用したらそれ以上の補償要求は言えないのか。②他に同じような被害は出ていないか等である。

◆同じ様な被害は当センターでは受けたことはない。20年使用したので基本的には補償の範疇ではない。メーカーの誠意として壁の補修を行っており、これ以上の補償は望めないこと及びメーカーの報告書から製品の欠陥ではなく、長期使用による経年劣化と判断したことを消費生活センターに回答し、消費生活センターが被害者へ説明、納得された。

③ カセットガス式トーチの先端部分が脱落、テーブル焦損

◇カセットガス式トーチを使用中、先端部分が脱落しテーブルが焦げた、人災はなし。
メーカーからはテーブル焦損の被害補償は不可と言われた。メーカーの瑕疵がなければ自分で立証しないとだめか。交換された商品の安全性は大丈夫か。

◆メーカーは事故品を調査のため引取り、違う機種を無償交換した。
メーカーの調査結果では、製造工程の先端部分（火口ブッシュ）の固定ビス締め付けトルクは、正規に締付けされた形跡が見られ、使用されたビスも正規品である。
メーカーの見解は、横から何らかの強い力が加わってビスが緩み脱落したとのこと。現在、再調査を依頼中で報告書待ち。

④ 石油ファンヒーターで火災

◇事業者がPLセンターに事故品を持ち込み。当該製品が出火原因かの調査依頼。

◆現在、事故品は外部検査機関で調査中。

⑤家畜用ガス暖房器で畜舎全焼

◇午後10時頃出火し、畜舎にいた子豚1500頭全て死んだ。畜舎は築１年である。火災直前まで当該製品に不具合があり、過去２回修理しており当該ガス暖房器が火災原因だと考えている。被害額はおよそ１億円、メーカーに補償してほしい。市の消防本部、警察からは「漏電及び不審火なし、該当品は疑わしいが 断定は出来ない」ということで処理したいと言われている。当日は寒かったので、温度コントロールは最大の目盛りに上げて使用していた。

◆製品及び設置の詳細を知るために、被害者には製品設置図の送付を依頼。メーカーには取扱説明書、製品カタログ及び製品の送付を依頼した。製品は外部の検査機関で調査中。

工業会だより

12月20日～１月20日

■住所・連絡先等の変更

マッハ機器㈱（関東支部）
［会社代表者］野村　一洋　代表取締役
［本会に対する代表者］名原　健治　経営企画室長
［住所］〒135-0042　東京都江東区木場２丁目７番地15号　第一びる別館南棟6F
［TEL］03-5809-9031　［FAX］03-5621-4441

㈱ハイサーブウエノ（関東支部）
［会社代表者］［本会に対する代表者］
小越　元晴　代表取締役社長
［住所］〒959-1145　新潟県三条市福島新田丙2406番地

三洋電機産機システム㈱　首都圏支店（関東支部）
［住所］〒110-8534　東京都台東区上野1-1-10　東京ビル8F
［TEL］03-6364-8888　［FAX］03-3837-6357

三洋電機産機システム㈱　九州支店（九州支部）
［住所］〒812-0016　福岡県福岡市博多区博多駅南４丁目６番23号
［TEL］03-6364-8888　［FAX］03-3837-6357

㈱フロムシステムダイレクト（中四国支部）
［住所］〒733-0854　広島県広島市西区山田町32番地９ FSDビル

■名称の変更

［新］福島工業㈱　中部支社（東海北陸支部）
［旧］福島工業㈱　名古屋支店

■会社代表者・本会に対する代表者の変更

ホクサン厨機㈱（中四国支部）
［会社代表者］［本会に対する代表者］
上代　達夫　代表取締役

ホシザキ北信越㈱（関東支部）
［会社代表者］丸山　暁　代表取締役社長
［本会に対する代表者］
田中　和幸　取締役　営業本部長

オルガノ㈱（関東支部）
［会社代表者］内田　裕行　代表取締役社長

日本調理機㈱　北海道支店（北海道支部）
［本会に対する代表者］松葉　浩文　支店長

北沢産業㈱　福岡支店（九州支部）
［本会に対する代表者］
後藤　誠隆　西日本ブロック長

東北電力㈱（賛助会員）
［本会に対する代表者］
京野　忠晴　お客さま本部副本部長 お客さま本部 お客さま提案部長

工業会認定グリスフィルター、エクストラクター、セパレーターに基準適合ラベルを貼付

ラベル見本

工業会では、業務用厨房設備に付属するグリス除去装置（グリスフィルター、エクストラクター、セパレーター）については、「業務用厨房設備に付属するグリス除去装置の技術基準」（日本厨房工業会の自主基準）に基づく試験を実施しております。基準適合品には工業会認定のラベルを貼付し、市町村条例等で定められるグリス除去装置に関する規程等に適合したものとして取り扱われております。

●グリスフィルター技術基準適合品

認定日	技術基準適合品	認定製品コード	会社名	電話番号
07.10.1	ダブルチェック	07-002-0201	㈱クラコ	06-6222-6711
10.2.17	ダブルチェックLL	10-002-0202	㈱クラコ	06-6222-6711
10.6.23	ダブルチェックM型	10-002-0203	㈱クラコ	06-6222-6711
09.8.25	グリースダンパー	09-002-0204	㈱クラコ	06-6222-6711
10.11.22	バッフレッシュⅡ	10-002-1302	㈱アクシー	06-6682-2251
10.2.17	ファイヤーグリスフィルター	10-002-1404	㈱深川製作所	048-257-3111
10.6.23	ファイヤープルーフⅢ型	10-002-1502	新成工業㈱	03-3403-2216
09.6.29	グリーサー	09-002-1701	ホーコス㈱	084-922-2855
09.4.23	Vフィルター	09-002-1704	ホーコス㈱	084-922-2855
11.1.26	円筒形グリスフィルター	11-002-1706	ホーコス㈱	084-922-2855
10.9.1	JGZグリスフィルター	10-002-2004	日本設備企画㈱	06-6266-2895
08.12.17	エースフィルター	08-002-2601	エース工機㈱	03-3843-4851
08.11.5	ニックフィルター	08-002-2604	エース工機㈱	03-3843-4851
08.5.7	チャコフィルター	08-002-2605	エース工機㈱	03-3843-4851
09.4.2	クリーンテック	09-002-2701	クリーンテック㈱	042-939-1635
08.4.7	ニューオンリーワン	08-002-2803	㈱安達工業	0766-28-8100
11.3.23	EXグリスフィルター	11-002-2902	㈱エルク	03-5379-1522
11.3.23	EXグリスフィルターPタイプ	11-002-2903	㈱エルク	03-5379-1522
09.8.26	エイエルフィルター	09-002-3501	㈱エイエル工業	044-555-1185
11.6.30	スーパークリーンフィルターⅡ	11-002-3902	津守興業㈱	048-222-6187
11.6.30	スーパークリーンフィルターⅢ	11-002-3903	津守興業㈱	048-222-6187
11.2.19	カルミックグリスフィルターGF-F	11-002-4001	日本カルミック㈱	03-3402-1581
11.2.19	カルミックグリスフィルターGF-L	11-002-4005	日本カルミック㈱	03-3402-1581
11.7.5	グリスフィルターL8型	11-002-4201	㈱ダスキン	06-6821-5186
11.7.5	グリスフィルターL3-Ⅲ型	11-002-4204	㈱ダスキン	06-6821-5186
10.11.26	グリスフィルターN型	10-002-4203	㈱ダスキン	06-6821-5186
07.3.19	コーワ・クリーンポート	07-002-4801	㈱アクアエアー	045-893-0449
09.8.25	ソーレI型	09-002-4903	日之出㈱	0532-31-2237
06.12.6	セルテックフィルターL型	06-002-5001	㈱セルテック	047-491-6654
08.1.23	セルテックフィルターB型	08-002-5002	㈱セルテック	047-491-6654
06.12.6	セルテックフィルターK型	06-002-5003	㈱セルテック	047-491-6654
08.9.8	セルテックフィルターM型	08-002-5004	㈱セルテック	047-491-6654
07.12.14	SKグリスフィルターH-1型	07-002-5103	㈱サニクリーン	03-3453-2231
08.7.10	ユニフィルター	08-002-5301	㈱ユニマットライフ	03-5770-2050
06.12.6	ジョンソンJフィルター	06-002-5401	ディバーシー㈱	045-640-2240
08.1.23	ジョンソンJフィルターB型	08-002-5402	ディバーシー㈱	045-640-2240
09.4.23	FC'09	09-002-5501	㈱HALTON	03-6804-7297
06.5.11	チャントルフィルター	06-002-5801	山岡金属工業㈱	06-6996-2351
09.10.30	チャントルフィルターⅢ	09-002-5803	山岡金属工業㈱	06-6996-2351
11.12.28	ECOウェーブ	11-002-5901	オピニオン㈱	03-5545-1691

10. 6. 23	ECOウェーブα	10-002-5902	オピニオン㈱	03-5545-1691
11. 6. 30	プラスワン	11-002-4401	JFE商事住宅資材㈱	047-390-5171
07. 5. 18	プラスワン・スーパー	07-002-6001	JFE商事住宅資材㈱	047-390-5171
07. 11. 30	DFフィルター	07-002-6201	㈱ダイフィル	06-6746-3773
09. 10. 30	DVフィルター	09-002-6202	㈱ダイフィル	06-6746-3773
09. 6. 29	DVSフィルター	09-002-6203	㈱ダイフィル	06-6746-3773
08. 9. 11	SCフィルター	08-002-6401	三喜ゴム㈱	06-6763-4841
08. 2. 29	SCフィルターⅡ	08-002-6402	三喜ゴム㈱	06-6763-4841
08. 2. 29	SCフィルターⅢ	08-002-6403	三喜ゴム㈱	06-6763-4841
10. 7. 8	アルファフィルターⅡ	10-002-6502	セコムアルファ㈱	03-3351-5338
10. 7. 8	アルファフィルターⅢ	10-002-6503	セコムアルファ㈱	03-3351-5338
07. 3. 7	CERSUPER	07-002-6901	㈱シー・イー・アール	0466-83-4411
09. 7. 14	フランケフィルター	09-002-7001	㈱上野製作所	03-3652-5211
11. 7. 22	H1フィルター	11-002-7101	㈱アルテック九州	0968-68-1455
11. 12. 28	グリスカット	11-002-7201	㈱クリエ	053-428-0551

●グリスエクストラクター技術基準適合品

08. 2. 29	ゲイロードベンチレーターCG3-BDL	08-001-0102	㈱村幸	03-5777-0011
09. 8. 25	エアロ・ギミック	09-001-0501	㈱クラコ	06-6222-6711
11. 3. 29	グリスサレンダー	11-001-0701	東新産業㈱	03-3790-2601

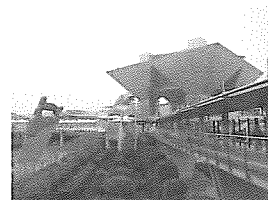
●グリスセパレーター技術基準適合品

08. 2. 29	ゲイロードベンチレーターGX2-BDL	08-003-0102	㈱村幸	03-5777-0011
07. 10. 1	エアロ・ウエイ	07-003-0201	㈱クラコ	06-6222-6711
09. 6. 29	SOIL SCRUBBER	09-003-0801	㈱加藤厨房設備	03-3745-3141
10. 12. 21	アクアクリーンシステム	05-003-0901	日本エスシー㈱	03-3221-7911
10. 12. 22	ぶくぶくジェット	10-003-1004	トーショー機材㈱	03-3615-6011
07. 1. 22	エアーワンダーⅡ	07-003-1402	㈱シー・エス・エンジニアリング	048-478-7411

平成22年度　交付ラベル　171,210枚

社団法人日本厨房工業会

◇2月（如月）◇

1日（水）　テレビ放送の日
2日（木）　バスガールの日、頭痛の日、夫婦の日、二日灸（如月灸）
3日（金）　節分
4日（土）　立春
5日（日）　プロ野球の日
6日（月）　海苔の日、抹茶の日
7日（火）　北方領土の日
8日（水）　針供養、御事始め
9日（木）　ふくの日、服の日、福の日、肉の日
10日（金）　左利きの日、ふきのとうの日
11日（土）　建国記念の日、万歳三唱の日
14日（火）　バレンタインデー、チョコレートの日、煮干の日
16日（木）　寒天の日
19日（日）　プロレスの日
20日（月）　歌舞伎の日、アレルギーの日
21日（火）　**第12回厨房設備機器展開催**（24日まで）、食糧管理法公布記念日
22日（水）　猫の日、食器洗い乾燥機の日
23日（木）　ふろしきの日
24日（金）　月光仮面の日
28日（火）　ビスケットの日

社団法人日本厨房工業会会員一覧

北海道から九州まで、
全国をフォローする会員
ネットワーク!

最新厨房設備機器の納入から、飲食店・給食施設の設備設計・施工まで、業務用厨房に関することは、JFEA会員にお任せください。

●北海道支部

㈱AIHO 札幌支店
北沢産業㈱ 札幌支店
㈲北見厨房
㈱コメットカトウ 札幌営業所
サンウエーブキッチンテクノ㈱ 札幌営業所
サンスチール工業㈱
三洋電機産機システム㈱ 北海道支店
㈱白石製作所
タニコー㈱ 北海道事業部
厨房サービス㈱
㈱中西製作所 北海道支店
ニチワ電機㈱ 札幌営業所
日本調理機㈱ 北海道支店
福島工業㈱ 札幌支店
㈱フジマック 札幌営業部
細山熱器㈱ 札幌営業所
㈱ホワイトスチール工業
㈱マグナ 札幌営業所
㈱マルゼン 北海道営業所
三浦工業㈱ 食機札幌営業課

●東北支部

●岩手県

㈱AIHO 盛岡営業所
三機商事㈱

●宮城県

㈱エフ・エム・アイ 仙台営業所
エレクター㈱ 仙台営業所
㈱大穂製作所 仙台営業所
北沢産業㈱ 仙台支店
㈱コメットカトウ 仙台営業所
三洋電機産機システム㈱ 東北支店
タニコー㈱ 東北事業部
東北アイホー調理機㈱
㈱中西製作所 東北支店
ニチワ電機㈱ 仙台営業所
日本洗浄機㈱ 仙台営業所
日本調理機㈱ 東北支店
㈱光工業
福島工業㈱ 東北支店
㈱フジマック 東北事業部
㈱北拓機工
ホシザキ東北㈱
細山熱器㈱ 仙台出張所
㈱マルゼン 東北営業所
三浦工業㈱ 食機仙台営業課

●秋田県

㈲ケーエムイー
新日産業㈱
㈱ビンテック
㈱フルタ

●山形県

㈱三陽製作所
せんじん商事㈱

●福島県

㈲浅川製作所

●関東支部

●茨城県

小野地 賢治
東邦厨房㈱

●群馬県

伊東電機関東販売㈱
㈱大道産業
三洋電機㈱コマーシャルカンパニー
㈲坂東厨房

●埼玉県

㈲イー・ジャパン・フード・サービス
㈱ウエテック研究所
エース工業㈱
㈱エム・アイ・ケー
㈱小倉厨房工業所
桐山工業㈱
クリーンテック㈱
㈲敬和
㈱河野製作所
㈱伸和商会
仲産業㈱
㈱中西製作所 北関東支店
㈱ネオシス 本社工場
㈱深川製作所
㈱扶洋 関東支店
㈱本庄厨房機器製作所
ミクニ厨房設備㈱
㈱モリチュウ

●千葉県

㈱ウィンターハルター・ジャパン
㈱関東三貴
JFE商事住宅資材㈱
㈱セルテック
㈱千葉工業所
㈱野田ハッピー
㈱舞浜ビルメンテナンス

●東京都

アイセック㈱
㈱AIHO 東京支店
秋元ステンレス工業㈱
アサヒ装設㈱ 東京営業所
東産業㈱
㈱泉設備
イトヤ㈱
㈱上野製作所
エース工機㈱
エスケーエイ㈱
㈱エフ・エム・アイ 東京本社
エレクター㈱
エレクトロラックス・ジャパン㈱
㈱エレミック
㈱オーディオテクニカ
㈱大穂製作所 東京営業所
㈲小越製作所
オザキ㈱
オピニオン㈱
㈱オリオン
オルガノ㈱
㈱カジワラキッチンサプライ
㈱加藤厨房設備
㈱キシ・トレーディング
北沢産業㈱
㈱キャニオン
国立厨房サービス㈱
クマノ厨房工業㈱
クリーンエイド販売㈱
クリナップ㈱
コニカミノルタテクノプロダクト㈱
㈱コメットカトウ 東京支店
㈲サカモト
サンウエーブキッチンテクノ㈱
三幸㈱
㈱サンテックコーポレーション
サンデン㈱
三洋電機産機システム㈱
三洋電機産機システム㈱ 首都圏支店
㈱シー・エス・シー
㈱シードトラスト
㈱正和
㈱シンガーハッピージャパン
新成工業㈱
新日本厨機㈱
シンプロメンテ㈱
セコムアルファ㈱
㈱ソフテック
大成工業㈱
大和厨設㈱
タニコー㈱
㈱椿厨房具製作所
㈱照姫
㈱戸井田製作所
東英商事㈱
東京管材㈱
東京超音波技研㈱
東京板金工業㈱
東都ビル整備工業㈱
東宝工機㈱
トーエイ工業㈱
トーショー機材㈱
トランスゲイト㈱
ナカザキ厨設㈱
㈱中西製作所 東京支店
ニチワ電機㈱ 東京支店
日産設備工業㈱
㈱ニット技研
日本エスシー㈱
日本給食設備㈱
日本洗浄機㈱
日本厨房サービス㈱
日本調理機㈱
日本ランコ㈱
バリバリシステム㈱
㈱HALTON
ヒゴグリラー㈱ 東京営業所
福島工業㈱ 東京支社
㈱富士工業所
㈱フジマック
㈲藤村製作所
㈱ブリヂストン 産業用化成品販売部
ホシザキ東京㈱
細山熱器㈱
ホバート・ジャパン㈱
㈱マーメード
㈱マグナ
マッハ機器㈱
㈱マルゼン
三浦工業㈱
㈲美濃製作所
㈱村幸
横河電子機器㈱
㈱ラショナル・ジャパン
理研機器開発㈱
菱電エレベータ施設㈱
ワシオ厨理工業㈱
㈱和田製作所

●神奈川県

㈱エイエル工業
エイシン電機㈱
㈱三栄コーポレーションリミテッド
タイジ㈱
㈲大洋
タマ設備工業㈱
㈱両津工業

全409社
(2012年1月30日現在)

● 新潟県
サカタ調理機㈱
スギコ産業㈱
㈱ハイサーブウエノ
㈱ハシモト
㈱ワクイ

● 山梨県
石川調理機㈱

● 長野県
㈱伊東電機工作所
テクノ・フードシステム㈱

●東海北陸支部

● 富山県
㈱安達工業
㈱富士厨機
ヤマヤ物産㈲

● 石川県
アサヒ装設㈱
サンタ㈱
ホシザキ北信越㈱
㈱マコト

● 福井県
畑中厨房㈱
㈱ラボー

● 岐阜県
共栄産業㈱
㈱シンコー製作所
㈱セイコー

● 静岡県
泉工業㈱
㈱クリエ
三和厨理工業㈱
東洋厨機工業㈱
㈱中松
㈱早川製作所
㈱原川商店
マルゼン厨機㈱
山田冷機工業㈱

● 愛知県
㈲愛知厨房製作所
㈱AIHO
イシダ厨機㈱
㈱エムラ販売
オザキ㈱ 名古屋営業所
押切電機㈱
兼八産業㈱
北沢産業㈱ 名古屋支店
㈱国益社
㈱コメットカトウ
三洋電機産機システム㈱ 中部支店
㈱CEK
シーケークリーンアド㈱
シンポ㈱
大有設備工業㈱
タニコー㈱ 中部事業部
中日厨房設備㈱
㈱厨林堂
㈱豊田エイタツ
㈱中西製作所 名古屋支店
ニチワ電機㈱ 名古屋支店
日本洗浄機㈱ 名古屋営業所
㈱日本厨房工業
日本調理機㈱ 中部支店
服部工業㈱
㈱パロマ
福島工業㈱ 中部支社
㈱フジマック 名古屋事業部
ホシザキ電機㈱
㈱マルゼン 名古屋支店
㈱メイトー
横河電子機器㈱ 中部営業所
㈱ライチ
リンナイ㈱
㈱渡辺事務所

● 三重県
㈲アイジィエー
㈱ウサミ
スズカン㈱
㈱タチバナ製作所
㈱中部コーポレーション
㈱三重特機

●関西支部

● 滋賀県
大洋厨房㈱

● 京都府
シェルパ㈱
㈱八木厨房機器製作所

● 大阪府
㈱AIHO 大阪支店
㈱アクシー
アサヒ装設㈱ 大阪営業所
旭調理機㈱
㈱エース厨房機器製作所
㈱エフ・エム・アイ 大阪本社
エレクトロラックス・ジャパン㈱ 大阪支店
王子テック㈱ 大阪営業所
㈱大穂製作所 大阪営業所
オザキ㈱ 大阪営業所
㈱尾高厨房器製作所
㈱川泰
関西スチールネット㈱
北沢産業㈱ 大阪支店
クウケン㈱
㈱クラコ
晃洋厨機㈱
㈱コメットカトウ 大阪営業所
㈲コヤマ
㈱サミー
三喜ゴム㈱
三宝ステンレス工業㈱
三洋電機産機システム㈱ 近畿支店
三和厨房㈱
㈱シルクインダストリー
㈱千田
㈱ぞう屋
㈱ダイフィル
タニコー㈱ 関西事業部
㈱土谷金属
常盤ステンレス工業㈱
直本工業㈱
㈱中西製作所
ニチワ電機㈱ 大阪支店
日本洗浄機㈱ 大阪営業所
日本調理機㈱ 関西支店
ヒゴグリラー㈱
㈱ヒロ・インターキッチン
福島工業㈱
㈱フジマック 近畿事業部
㈱扶洋
㈱逢光エンジニアリング
細田工業㈱
細山熱器㈱ 大阪営業所
ホバート・ジャパン㈱ 大阪支店
㈱増井厨房製作所
丸一㈱
㈱マルゼン 大阪支店
㈱明和製作所
山岡金属工業㈱

● 兵庫県
関西興業㈱
後藤ステンレス産業
㈱ショウワ
ニチワ電機㈱
㈱明城製作所

● 奈良県
㈱シンコー

●中四国支部

● 鳥取県
㈲エフエスエーシステムズ

● 島根県
ホクサン厨機㈱

● 岡山県
㈱AIHO 岡山営業所
岡山厨房サービス
㈲オリエンタル物産
㈱創研厨房
綜合厨器㈱
タカラ産業㈱
㈱中西製作所 岡山営業所
ビナン厨器㈱
㈱福井厨房
福島工業㈱ 岡山支店
㈱マルゼン 岡山営業所
山県化学㈱
㈱山中

● 広島県
北沢産業㈱ 広島支店
三洋電機産機システム㈱ 中四国支店
タニコー㈱ 中国四国事業部
㈱中西製作所 中四国支店
ニチワ電機㈱ 広島営業所
日本調理機㈱ 中国支店
広島アイホー調理機㈱
福島工業㈱ 広島支店
㈱フジマック 中四国事業部
㈱フロムシステムダイレクト
ホーコス㈱
ホシザキ中国㈱
㈱丸八

● 徳島県
㈲東四国厨房設備

● 香川県
北沢産業㈱ 高松支店
四国厨房器製造㈱
㈱中西製作所 高松営業所
ニチワ電機㈱ 高松営業所
福島工業㈱ 四国支店
ホシザキ四国㈱

● 愛媛県
㈲厨房のウエマツ
㈱マクロキッチンキグ フジ

●九州支部

● 福岡県
㈱AIHO 九州支店
アサヒ装設㈱ 福岡営業所
伊藤産業㈱
エムケー厨設㈱
王子テック㈱
㈱大穂製作所
オザキ㈱ 福岡営業所
北沢産業㈱ 福岡支店
㈱九州イトミック
㈱コメットカトウ 九州営業所
三洋電機産機システム㈱ 九州支店
タニコー㈱ 九州事業部
㈱中西製作所 九州支店
西日本ステンレス工業㈱
ニチワ電機㈱ 福岡営業所
日本洗浄機九州販売㈱
日本調理機㈱ 九州支店
㈱ネオシス 福岡工場
福島工業㈱ 西日本支社
㈱フジマック 福岡営業部
ホシザキ北九㈱
細山熱器㈱ 福岡営業所
㈲丸枝
㈱マルゼン 福岡営業所
横河電子機器㈱ 九州支店

● 長崎県
㈱長崎日調

● 熊本県
イシヌキチョウリ㈱

● 大分県
㈲シンコー厨機
㈱中栄工業

● 宮崎県
㈲丸一厨房

● 鹿児島県
㈱第一食器
ホシザキ南九㈱

賛助

あいおいニッセイ同和損害保険㈱
ADEKAクリーンエイド㈱
大阪ガス㈱
岡山ガス㈱
関西電力㈱
西部ガス㈱
四国電力㈱
商工サービス㈱
仙台市ガス局
中国電力㈱
中部ガス㈱
中部電力㈱
ディバーシー㈱
東京ガス㈱
東京サラヤ㈱
東京電力㈱
東邦ガス㈱
東北電力㈱
トーセツ㈱
一般財団法人日本ガス機器検査協会
一般社団法人日本ガス協会
㈳日本能率協会
広島ガス㈱
北海道ガス㈱
北海道電力㈱
メガソフト㈱

http://www.jfea.or.jp

■本号掲載広告企業名

（50音順）

■広告掲載のお願い

月刊「厨房」誌の頒布先は、会員企業をはじめ、関係諸官庁、関連団体並びにユーザー企業となっており、専門誌として強い支持と信頼を得ております。製品とともに、企業イメージアップにも大きく繋がるものと確信します。ぜひご検討ください。

広告掲載料金（会員企業・税込み）

	毎　月	隔月・3カ月	単　発
普通1頁（A4／4色刷）	78,000	82,000	85,000
普通1頁（A4／1色刷）	58,000	62,000	65,000
普通1/2頁（A4／4色刷）	40,500	46,500	52,500
普通1/2頁（A4／1色刷）	30,000	35,000	40,000

※非会員企業についてはお問い合わせください。

◆お問い合せ：広報編集　TEL　03-3585-7251

●先日渡辺文樹監督の新作上映会に行った。内容は日本人拉致被害者を救出する特殊部隊というB級戦争アクションの定番だが、似ていない役者が無理矢理著名人を演じ、老人ばかりの軍隊が全力疾走し、57歳の渡辺監督が主演で肉弾アクションを見せてくれる。●低予算故にツッコミどころは数限りなく、正直自主制作映画に毛の生えたような代物で、しかも3時間近い長尺なのだが、不思議と面白い。●赤ん坊背負った奥さんが切符のモギリをし、10人も入れば一杯の会場で渡辺監督が映写機を回しているという、何かアットホームな雰囲気に親しんでしまっているからかもしれないが。●ちなみに渡辺監督の実家は福島県で、東日本大震災の時はやはり被害を受けたと聞く。そんな中でも、資金を集めて自作の上映会を開催する為に全国を飛び回る執念は鬼気迫るものがある。●昨年の東日本大震災は、日本中にさまざまな影響を与えたが、復興はまだまだこれからであり、その活力は見習いたいものである。●今年の厨房設備機器展では、工業会ブースに「3.11コーナー」が設けられる。是非会場にお越しいただき、工業会の震災への取り組みの一端をご覧いただければと思う。寄ってらっしゃい見てらっしゃい。

厨房

平成24年2月5日発行

●

第49巻／第2号（No.512）

発行人　福島　裕
編集　工業会広報編集委員会
広報担当副会長　渡辺恵一
広報編集委員会委員長　中川幹夫
広報編集委員会委員　深澤及／細山欣也
寺部良洋／佐々木學
浜野勝正／水上強
松尾圭次／植松弘充
浅場由成／岩崎正明
戸田史子
地方編集委員　矢代聖司（北海道）
沼野章久（東北）
宮沢慎一（東海北陸）
堀之内健士（関西）
福井正晃（中四国）
小野富生（九州）
挿絵　春兆

発行所　社団法人　日本厨房工業会
〒106-0044　東京都港区東麻布1-27-8
厨房機器会館内
TEL（03）3585-7251　FAX（03）3585-0170
印刷　伊坂美術印刷株式会社
〒104-0033　東京都中央区新川2-1-5
THE WALL ISAKA BLDG.

本誌記事の無断転載訳載を禁じます。
乱丁落丁の本誌はお取替え致します。

定価420円（税込）　毎月1回5日発行
年間購読　5,040円（税込）
半年購読　2,520円（税込）
会員購読料は各年度会費中に含みます。

“ホスピタリティ”と“フードサービス”の合同専門展示会

見て・触れて・感じて———。

第12回 厨房設備機器展

主催：社団法人日本厨房工業会　社団法人日本能率協会

HOTERES JAPAN 国際ホテル・レストラン・ショー

主催：社団法人日本能率協会　社団法人日本ホテル協会　社団法人国際観光旅館連盟
社団法人日本観光旅館連盟　社団法人国際観光日本レストラン協会　社団法人国際観光施設協会

給食・弁当サービス業界にむけた展示会

第33回 フード・ケータリングショー

主催：公益社団法人日本給食サービス協会　社団法人日本弁当サービス協会
社団法人日本メディカル給食協会　社団法人日本能率協会

会期 2012.2.21(火)▶24(金)
10:00〜17:00(最終日16:30まで)

会場 東京ビッグサイト
(有明・東京国際展示場)東展示棟

最新情報はWEBで!! HCJ 検索 http://www.jma.or.jp/hcj/

社団法人日本厨房工業会ブースをはじめ、会員メーカーの最新情報を一堂に展示!

NEW フードサービスエリア

展示製品

● 厨房・調理設備機器・システム
1. 加熱調理機器　2. 下調理機器
3. 冷凍・冷蔵設備機器
4. 洗浄・サニテーション機器・システム

● 食品加工・成形機器　● フードサービス機器

● 製菓・製パン機器　● 衛生管理機器

問い合せ先
HCJ三展合同事務局　社団法人日本能率協会　産業振興事業ユニット内
〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22 TEL:03-3434-1377 FAX:03-3434-8076 E-mail:hcj@convention.jma.or.jp

グルメ志向を安全とクリーンで支えます。

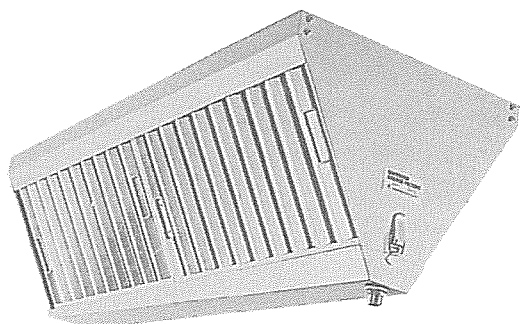
私たちの周りには、実に沢山の食材が世界中より集って来ます。お肉にお魚、野菜に果物、春夏秋冬どれをとっても、グルメ人間の胃袋は休む暇もありません。

このような食材の加工を受けもつ厨房室。この厨房室の安全とクリーンを受けもつのが、アクシー製グリスフィルタ(バッフレッシュⅡ)とダンパー(ＢＦガードⅡ)です。

アクシーの空気（Air）の品質（Quality）を創造（Create）するテクノロジーが、油煙捕集と防災技術に生かされています。

業務用厨房排気グリスフィルタ

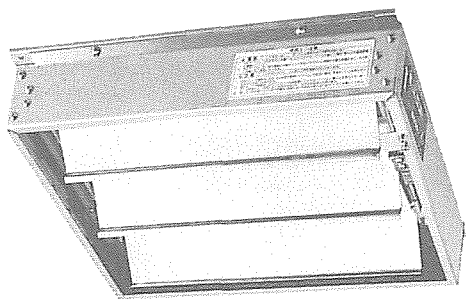
バッフレッシュⅡ

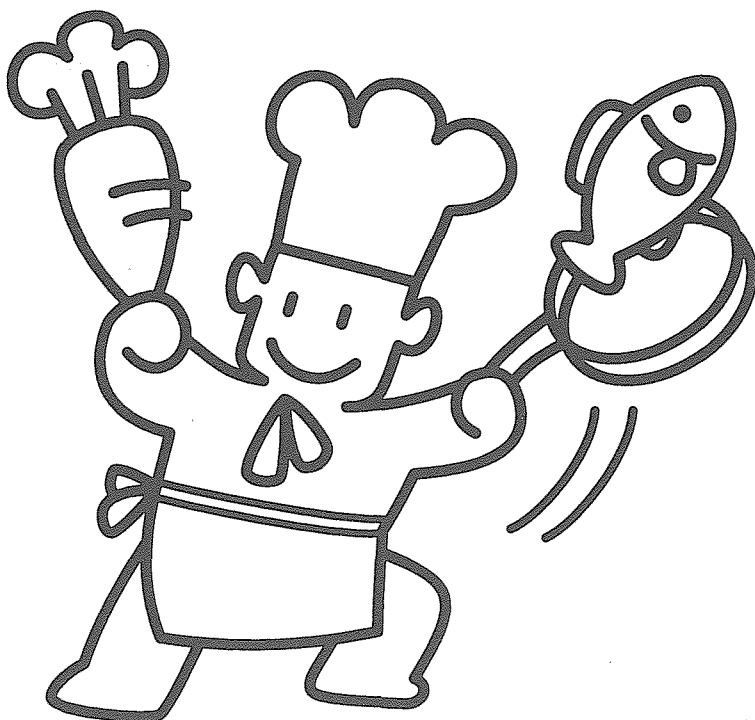
BAFFRESH Ⅱ

●特長

1. シンプルな構造で空気抵抗が低い。
2. 薄型設計により、厚さ25㎜。
3. 軽量化により、施工・取外しが簡単。
4. 豊富なサイズで、現場適合を重視(標準フィルタ9種類)。
5. PL法対策に基づき、細部に至るまで安全対策を実施。

業務用厨房排気ダンパー

BFガードⅡ

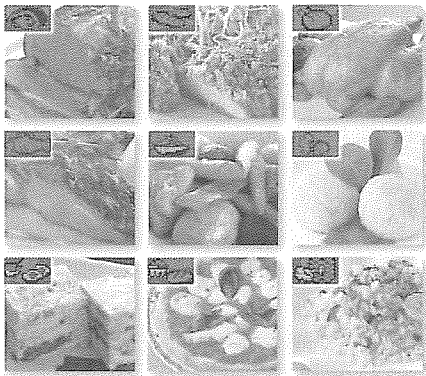
BF GUARD Ⅱ

●特長

1. 漏煙性能試験に合格したダンパーです。
2. 風量は羽根を持ち開けることで、容易に調整できます。
3. オールステンレス製で、サビの心配はいりません。
4. 感熱部には、高感度ヒューズを使用しています。
5. 取付け、取外しが容易なネジ固定方式です。

発売元 SUGICO スギコ産業株式会社

本社 ショールーム☎0256(86)3711(代)
インターネットホームページアドレス
http://www.sugico.co.jp
E-mail:sugicohn@sugico.co.jp
東京支店☎03(3537)1951(代)
大阪支店☎06(6767)3611(代)
名古屋営業所☎052(979)6181(代)
札幌営業所☎011(785)9119(代)
仙台営業所☎022(236)6525(代)
新潟営業所☎025(224)2177(代)
広島営業所☎082(871)0037(代)
福岡営業所☎092(621)2021(代)
熊本営業所☎096(340)0010(代)

■製造元

快適で安全、衛生的な厨房環境の実現へ向けて――

フジマックは最先端のキッチンステージを創造します

コンビオーブン FSCCシリーズ

スチームとオーブン双方の加熱モードで
高品質な調理の仕上がりを実現

セルフクッキングコントロール機能で簡単操作で理想のおいしさ!

どんな素材も、仕上がりも 簡単操作 9つの調理モードで加熱調理の約7割カバー
何度でも同じクオリティで自動調理が可能！

ケアコントロール機能搭載で的確な洗浄、庫内は常にクリーンに!

庫内の状態を自動で識別、検知。必要時に必要な洗浄を行い、大幅にコストをカット！
洗剤・水・エネルギーを節約にして、環境にも配慮した洗浄システム
固形洗剤の使用によって 人にやさしいクリーニング

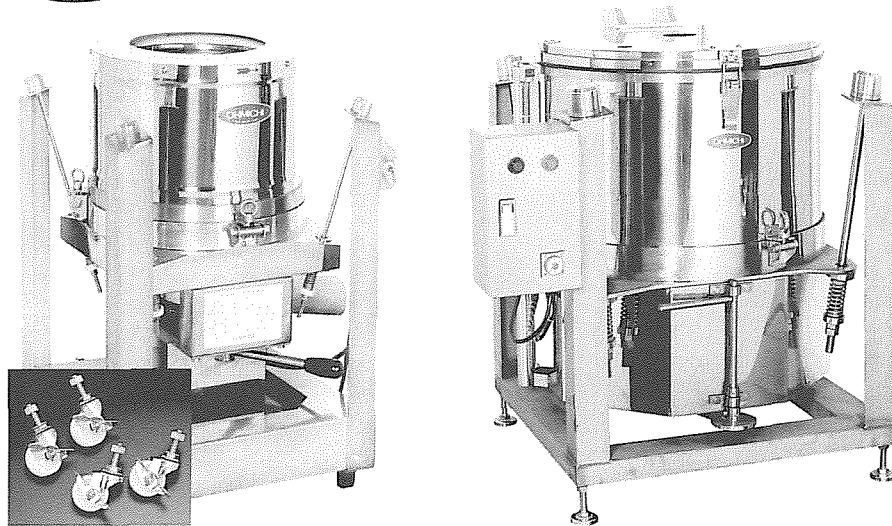
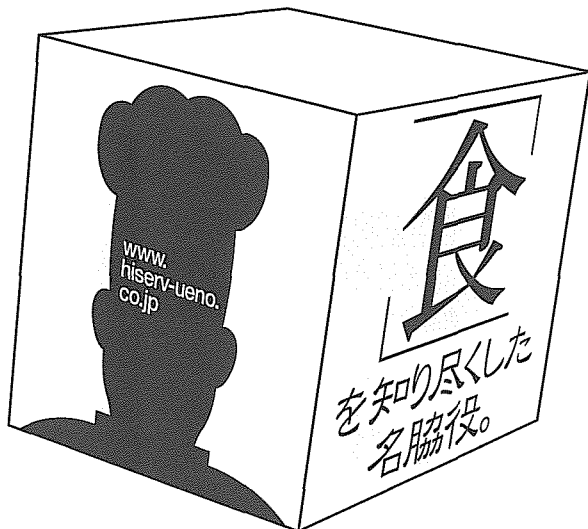
業務用総合キッチンシステムメーカー

株式会社フジマック

本社／東京都港区新橋5-14-5 ☎03-3434-7791
http://www.fujimak.co.jp
0120-43-7791
フリーダイヤル受付時間／9：30～11：45 13：00～17：00（土・日祭日・年末年始除く）

フジマックならではの365日サポート体制
全国9事業部65営業所
熱機器から冷機器まで、他社製品に関しましてもサポート致します。

機器修理 メンテナンス お任せ下さい!
厨房機器の修理・メンテナンス、定期保守のご依頼、お見積も気軽にフジマックへご相談下さい。

厨房図面作成 レイアウト 無料作成!
フジマックは店舗の大きさ、業種、業態に応じたベストプランを無料でご提案します。

世界初

ロータリー式
プラズマ集塵セル
搭載

あらゆる飲食店、各種工場などから排出される臭いと煙りの問題を解決します。

油煙・臭気処理システムマルチタイプ

すっきりくん

脱煙率 **99%以上**

脱臭率 **97%以上**

油煙排気

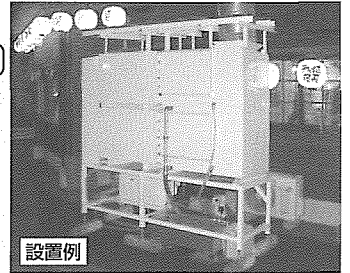
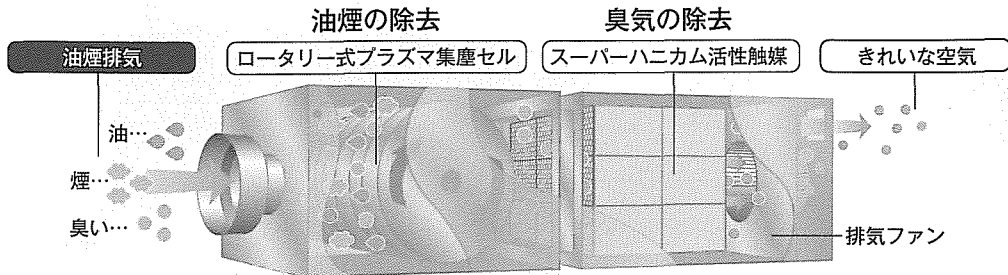
油…
煙…
臭い…

油煙の除去
ロータリー式プラズマ集塵セル

臭気の除去
スーパーハニカム活性触媒

きれいな空気

排気ファン

設置例

らくらく! **オートタイマー洗浄**

集塵セルに付着した捕捉物を、
遠心力でたえず分離しながら、毎日自動洗浄。

コンパクト! **設置面積1/3!**

機器設置に必要な面積が、従来の1/3に
なりました!(当社従来品比)

油煙の除去 | ロータリー式プラズマ集塵セル

●高効率捕捉/99%以上 ※重量法(社内捕捉テスト) ●高濃度負荷対応/200mg/m³

※試験的にオイルミストを吸い込ませ、集塵作用で濾過されるオイルミストは、重量ベースで99%以上であることを示します。

臭気の除去 | スーパーハニカム活性触媒

いやらしい調理臭をバッチリ処理します。

環境を考える企業
シンポ株式会社®

本社/名古屋市名東区若葉台110番地
TEL.052-776-2231 FAX.052-776-2263
URL. http://www.shinpo.co.jp/

■北海道支社 TEL.011-867-8929
■大阪支店 TEL.06-6378-5781
■仙台営業所 TEL.022-244-8921
■福岡営業所 TEL.092-474-3261
■東京支店 TEL.03-5959-6861
■名古屋工場 TEL.0561-32-3221
■名古屋支店 TEL.052-776-2241
■海外事業部 TEL.03-5959-6761

ISO14001
認証取得

JFEA
Japan
Food Service
Equipment
Association

入会のご案内

ネットワーク、教育、情報
様々な場面で
皆さまをサポートします

● 同業他社交流でビジネスへの新しい視点を

● 実務に役立つ教育・研修制度を提供

● 最新の情報満載の機関誌をお届け

● もしもの時に「団体PL賠償制度」

● アジア最大規模の展示会へ出展

お問い合わせ、必要書類の請求は、本部または最寄りの支部まで…

社団法人**日本厨房工業会** 本部 〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8 厨房機器会館
TEL.03-3585-7251(代) FAX.03-3585-0170

日本調理機は、4つの力で、お役に立ちます。

私たちは、４つの力を効果的に機能させることで、
お客様のニーズに幅広く応え、より高い満足をお届けしています。
たとえば、衛生管理など厨房の安全を高いレベルで確立し、維持し続けるためには、
コンサルティングを含めてメンテナンスまでトータルなサポートが必要です。
４つの力があるから、もっとお役に立てる。
それが日本調理機です。

コンサルティング力
Consulting

設計力
Design

製品力
Products

メンテナンス力
Maintenance

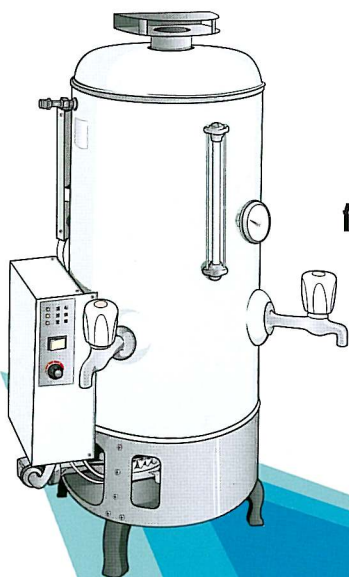
NITCHO
日本調理機株式会社
〒144-8513 東京都大田区東六郷3丁目15番8号　Tel. 03-3738-8251(代)

国際品質保証規格ISO9001:2008認証取得

●日調の製品については、ホームページでもご覧いただけます。
www.nitcho.co.jp

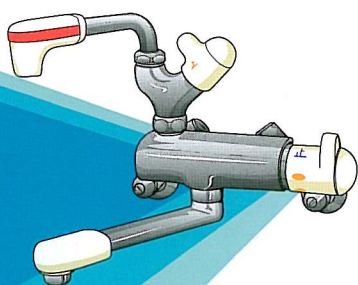
●支店　北海道　東北　中部　関西　中四国　九州
●営業所　旭川　釧路　帯広　北見　道南　青森　秋田　郡山　盛岡　山形　立川　山梨　横浜　千葉　埼玉　茨城　栃木　群馬　長野　新潟　上越　浜松　岐阜　神戸　岡山　高松　松山　徳島　福岡　熊本　鹿児島　沖縄

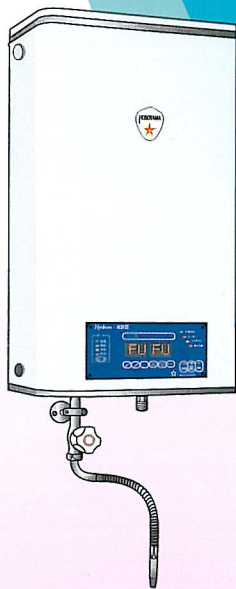
給湯品質 HOSOYAMA

厨房
第49巻 第2号NO・512
平成24年2月5日発行(毎月1回5日発行)

伝統と信頼のガス湯沸器
貯蔵式ガス湯沸器
DN(HDN)シリーズ

ガス貯蔵式湯沸器
ガス温水ボイラ
高温水ボイラ
ガス炊飯器
かがり火
メタルニットバーナー
浸管ヒーター
聖火台
その他特殊燃焼機器

ELECTRIC

電気貯蔵湯沸器
電気小型温水器
電気密閉式給湯器
電気開放式湯沸器
電気自動温水器

蒸気貯蔵湯沸器
蒸気瞬間湯沸器

これは便利！水と熱湯をスムースミキシング
専用混合栓YKシリーズ

高性能スタンダード
貯蔵式電気湯沸器
HDEN−20K Type

〒103−0025
東京都中央区日本橋茅場町2−8−7
TEL 03(3249)0331 FAX 03(3249)0329
http://www.hosoyama.co.jp

札幌営業所 〒001−0019 札幌市北区北十九条西5−20
TEL 011(736)0371 FAX 011(758)0739
大阪営業所 〒535−0031 大阪市旭区高殿2−7−19
TEL 06(6922)5581 FAX 06(6921)2040
福岡営業所 〒815−0033 福岡市南区大橋3−25−1貞方ビルD号室
TEL 092(403)0255 FAX 092(403)0257
新潟営業所 〒950−0916 新潟市米山1−5−5
TEL 025(246)0166 FAX 025(241)3833
仙台出張所 〒981−0916 仙台市青葉区青葉町5−3
TEL 022(272)0909 FAX 022(275)9473

発行・社団法人 日本厨房工業会 定価四二〇円(送料共)